



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 13602-13607

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Kebertahanan Usaha Kacang Goyang Pada Masyarakat Kelurahan Motoboi Kecil Kecamatan Kotamobagu Selatan

Arga A. Vahrezy Papatungan¹, Rahmatiah², Sainudin Latare³
^{1,2,3}Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo
papatunganarga280@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk kebertahanan usaha kacang goyang, faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha, serta strategi adaptasi yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar di Kelurahan Motoboi Kecil, Kecamatan Kotamobagu Selatan. Usaha kacang goyang merupakan industri rumah tangga tradisional yang tidak hanya berperan sebagai sumber penghidupan masyarakat lokal, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya daerah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung pada lokasi produksi, wawancara mendalam dengan lima pelaku usaha aktif, serta dokumentasi pendukung. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan kerangka teori Modal Sosial Robert D. Putnam dan konsep Etos Kerja Max Weber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebertahanan usaha kacang goyang ditopang oleh kekuatan modal sosial yang terbangun melalui jaringan kepercayaan antara pelaku usaha, konsumen, dan komunitas lokal. Dukungan keluarga, nilai gotong royong, serta solidaritas sosial menjadi faktor utama yang menjaga keberlangsungan produksi dan efisiensi biaya tenaga kerja. Selain itu, etos kerja yang kuat tercermin dalam sikap disiplin, tanggung jawab, dan konsistensi menjaga kualitas produk, sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen meskipun menghadapi keterbatasan bahan baku dan permodalan. Strategi adaptasi yang diterapkan meliputi penyesuaian skala produksi berbasis permintaan, inovasi sederhana pada variasi produk dan kemasan, serta pewarisan pengetahuan usaha secara informal kepada generasi penerus. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara dimensi sosial, ekonomi, dan budaya merupakan kunci utama kebertahanan UMKM tradisional. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan usaha kecil tidak hanya bergantung pada faktor pasar, tetapi juga pada kekuatan nilai sosial dan etos kerja komunitas lokal.

Kata kunci: Kacang Goyang, Kebertahanan Usaha, Modal Sosial, Etos Kerja, UMKM Tradisional.

1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM terbukti memiliki daya tahan (resilience) yang lebih tinggi dibandingkan usaha skala besar dalam menghadapi dinamika ekonomi global dan krisis. Faktor keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh modal finansial, tetapi juga oleh strategi pemasaran, lokasi usaha, dan perilaku adaptif pelaku usaha itu sendiri [1]. Namun, keberlanjutan UMKM tradisional sering kali dihadapkan pada tantangan modernisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat [2].

Fenomena menarik terjadi di Kelurahan Motoboi Kecil, Kecamatan Kotamobagu Selatan, yang dikenal sebagai sentra produksi "Kacang Goyang". Usaha ini bukan sekadar aktivitas ekonomi semata, melainkan telah menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat setempat. Berdasarkan data profil desa terbaru, terdapat potensi ekonomi lokal yang signifikan di mana unit usaha tradisional mampu bertahan lintas generasi di tengah perubahan demografi dan ekonomi wilayah [3]. Beberapa usaha, seperti Kabelana dan Cap Rajawali, telah beroperasi puluhan tahun meskipun menghadapi kendala struktural.

Tantangan utama yang dihadapi meliputi fluktuasi harga bahan baku kacang tanah yang sering didatangkan dari luar daerah, serta keterbatasan akses terhadap pemasaran digital yang kini menjadi kunci keberhasilan usaha modern untuk menjangkau pasar yang lebih luas [4]. Selain itu, manajemen usaha yang masih bergantung pada sistem kekeluargaan sering dianggap sebagai kelemahan dalam literatur bisnis modern, meskipun dalam konteks lokal justru menjadi kekuatan.

Penelitian ini menggunakan pisau analisis Teori Modal Sosial yang menekankan pentingnya kepercayaan (trust), norma, dan jaringan dalam memfasilitasi koordinasi ekonomi. Selain itu, konsep Etos Kerja Max Weber digunakan untuk melihat bagaimana nilai kerja keras dan disiplin terinternalisasi sebagai sebuah "panggilan" (calling) dalam budaya kerja masyarakat[5]. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan mekanisme keberterahan tersebut dalam dimensi sosial dan ekonomi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran holistik dan mendalam mengenai fenomena keberterahan usaha kacang goyang[6]. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna di balik tindakan sosial para pelaku usaha dalam mempertahankan eksistensinya. Lokasi penelitian dipusatkan di Kelurahan Motoboi Kecil, Kecamatan Kotamobagu Selatan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara: (1) Observasi partisipatif di lokasi produksi untuk mengamati proses kerja dan interaksi sosial; (2) Wawancara mendalam dengan lima pemilik usaha, tenaga kerja, dan pemerintah setempat; serta (3) Dokumentasi untuk memvalidasi data lapangan [7]. Analisis data mengacu pada model interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memastikan validitas temuan.

3. Hasil dan Diskusi

Kelurahan Motoboi Kecil dikenal sebagai salah satu sentra produksi kacang goyang di Kota Kotamobagu. Keberadaan usaha ini telah berlangsung lintas generasi dan menjadi bagian dari struktur ekonomi rumah tangga masyarakat setempat. Berdasarkan temuan lapangan, terdapat lima unit usaha aktif yang telah beroperasi antara 9 hingga 32 tahun. Lama operasional tersebut menunjukkan bahwa usaha kacang goyang bukan sekadar aktivitas ekonomi musiman, melainkan bentuk mata pencaharian yang stabil dan berkelanjutan. Dari sisi sosial ekonomi, usaha ini mampu menyerap tenaga kerja lokal, terutama anggota keluarga dan masyarakat sekitar. Hal ini menciptakan hubungan kerja berbasis kedekatan emosional dan kepercayaan, sehingga konflik industrial relatif rendah. Keberadaan usaha kacang goyang juga berkontribusi pada perputaran ekonomi lokal, khususnya dalam sektor perdagangan oleh-oleh khas daerah.

Dalam konteks UMKM, usaha kacang goyang memiliki karakteristik industri rumah tangga tradisional, dengan manajemen sederhana, teknologi produksi manual, serta pemasaran terbatas pada pasar lokal. Namun demikian, usaha ini mampu bertahan di tengah persaingan produk makanan modern karena memiliki nilai budaya dan loyalitas konsumen yang kuat.

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai landscap ekonomi di Kelurahan Motoboi Kecil, data pelaku usaha memegang peranan kunci. Berdasarkan data lapangan, komposisi pelaku usaha menunjukkan adanya konsistensi operasional yang panjang. Berikut adalah rincian usaha kacang goyang di Kelurahan Motoboi Kecil sebagaimana terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rincian Usaha Kacang Goyang Kelurahan Motoboi Kecil

NO.	Nama Usaha	Pemilik	Lama usaha	Jumlah Karyawan
1.	Kacang Goyang Kabela	Alimin Damopolii	32 Tahun	10 Orang
2.	Kacang Goyang Totabuan	Drs. Zainul A. Lantong, SH	9 tahun	7 orang
3.	Kacang Goyang Seroja	Anci Makalalag	13 tahun	4 orang
4.	Kacang Goyang Cap Rajawali	Hj. Rabaya Lobangon	30 tahun	5 orang
5.	Kacang Goyang Berusaha	Aidali Kobandaha	25 tahun	16 orang

Keberadaan usaha-usaha ini dengan masa operasional puluhan tahun menempatkan mereka pada posisi strategis sebagai penopang ekonomi lokal. Selain itu, keterlibatan tenaga kerja lokal juga menjadi faktor perekat solidaritas sosial di Kelurahan tersebut.

3.1 Bentuk-Bentuk Kebertahanan Usaha Kacang Goyang

Kebertahanan usaha kacang goyang terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan kontinuitas produksi meskipun menghadapi berbagai kendala, seperti fluktuasi harga bahan baku kacang tanah, keterbatasan modal, dan persaingan pasar oleh-oleh. Para pelaku usaha menunjukkan daya tahan (resilience) melalui kemampuan menyesuaikan volume produksi dengan kondisi permintaan pasar.

Strategi produksi yang diterapkan bersifat fleksibel (demand-driven), di mana peningkatan produksi dilakukan pada momen tertentu seperti hari raya keagamaan dan musim liburan. Sementara itu, pada kondisi permintaan menurun, pelaku usaha mengurangi skala produksi untuk menekan biaya operasional. Pola ini menunjukkan rasionalitas ekonomi yang adaptif, sekaligus memperlihatkan pengalaman empiris dalam membaca dinamika pasar lokal.

Dalam perspektif teori kebertahanan, kemampuan merespons gangguan tanpa menghilangkan fungsi utama usaha menjadi indikator kuat bahwa usaha kacang goyang memiliki struktur adaptif yang matang. Hal ini diperkuat oleh pengalaman usaha lintas generasi yang membentuk pengetahuan praktis dalam menghadapi krisis.

Dalam mempertahankan usaha kacang goyang, pelaku usaha di Kelurahan Motoboi Kecil dihadapkan pada tantangan struktural, terutama terkait fluktuasi harga bahan baku dan kerumitan proses produksi. Dampak skala produksi terhadap keberhasilan usaha sangat terasa ketika pasokan bahan baku lokal tidak mencukupi, yang memaksa pelaku usaha menyesuaikan volume produksi [8]. Meskipun demikian, usaha ini menunjukkan daya tahan yang kuat karena didukung oleh loyalitas konsumen.

Berdasarkan temuan lapangan, meskipun biaya produksi tinggi, pelaku usaha tetap optimis karena adanya permintaan pasar yang spesifik. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Zainul A. Lantong, pemilik usaha Kacang Goyang Totabuan (Lihat Gambar 1).



Gambar 1. Wawancara Bersama Bapak Zainul A. Lantong mengenai tantangan harga bahan baku dan preferensi konsumen.

Dalam wawancara tersebut, Bapak Zainul menyatakan bahwa meskipun proses pembuatan rumit dan bahan baku mahal, konsumen tetap mencari produk ini sebagai oleh-oleh khas. Strategi bertahan ini sejalan dengan teori fungsional yang menyatakan bahwa pelaku usaha kecil mampu bertahan di tengah krisis dengan mengandalkan adaptabilitas dan efisiensi operasional [9]. Dalam perspektif Modal Sosial, interaksi ini membentuk jaringan kepercayaan (trust) yang menjaga stabilitas usaha.

3.2 Pewarisan Pengetahuan Usaha (Knowledge Transfer)

Selain aspek produksi, kebertahanan usaha juga ditopang oleh pewarisan pengetahuan yang berjalan secara informal dalam lingkungan keluarga. Usaha kacang goyang di Motoboi Kecil bukan sekadar entitas bisnis, melainkan warisan budaya yang harus dijaga keberlanjutannya.

Pengetahuan teknis seperti teknik penggorengan dan peracikan gula diajarkan melalui partisipasi langsung (learning by doing). Ibu Anci Makalalag, pemilik usaha Seroja, menegaskan bahwa pelibatan anak-anak dalam proses produksi adalah metode krusial untuk memastikan estafet usaha. Hal ini relevan dengan temuan bahwa

pewarisan nilai dan pengetahuan merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan usaha keluarga pada generasi penerus [10]. Proses ini menciptakan bonding social capital yang kuat, menjamin bahwa keterampilan tradisional tidak hilang.

3.3 Strategi Adaptasi Skala Produksi dan Peran Keluarga

Untuk menghadapi fluktuasi permintaan pasar yang tidak menentu, pelaku usaha menerapkan strategi penyesuaian skala produksi yang fleksibel. Produksi tidak dilakukan secara massal dan konstan, melainkan responsif terhadap momentum tertentu (demand-driven), seperti saat hari raya keagamaan (Lebaran/Natal).

Strategi ini dijelaskan secara rinci oleh Ibu Hj. Rabaiya Lobangon, pemilik usaha Cap Rajawali yang telah beroperasi selama 30 tahun. Beliau menjelaskan bahwa sistem kerja yang diterapkan sangat bergantung pada gotong royong keluarga (Lihat Gambar 2).



Gambar 2. Wawancara Bersama Ibu Hj. Rabaiya Lobangon mengenai strategi peningkatan produksi saat hari raya.

Beliau menuturkan bahwa sistem kerja sangat bergantung pada gotong royong keluarga saat pesanan membludak. Keterlibatan keluarga ini terbukti efektif dalam menekan biaya operasional dan menjaga keberlangsungan usaha [11]. Selain itu, etos kerja yang ditunjukkan oleh para pelaku usaha mencerminkan nilai-nilai masyarakat yang gigih dan memandang kerja keras sebagai bagian dari integritas sosial [12].

Di sisi lain, untuk merespons tantangan zaman, beberapa pelaku usaha mulai menjajaki potensi pengembangan kewirausahaan yang lebih luas. Niat berwirausaha (entrepreneurial intention) yang tertanam pada generasi muda di keluarga tersebut menjadi modal penting untuk inovasi masa depan [13]. Selain itu, orientasi pada kewirausahaan sosial [14] dan sikap manajemen yang adaptif terhadap pendidikan bisnis [15] mulai terlihat sebagai strategi jangka panjang untuk meningkatkan daya saing produk lokal ini di pasar global.

3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebertahanan Usaha

a) Faktor Modal Sosial

Modal sosial merupakan faktor dominan dalam menjaga keberlanjutan usaha kacang goyang. Mengacu pada Putnam, modal sosial terdiri dari kepercayaan (trust), norma sosial (norms), dan jaringan (networks). Dalam konteks penelitian ini, hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen terjalin melalui reputasi kualitas produk dan interaksi sosial jangka panjang. Kepercayaan konsumen membuat produk kacang goyang tetap dicari sebagai oleh-oleh khas daerah.

Jaringan sosial juga terbentuk antar pelaku usaha dalam bentuk kesepahaman harga dan saling membantu ketika terjadi kekurangan bahan baku atau tenaga kerja. Norma gotong royong masih kuat diterapkan, khususnya dalam keluarga inti yang terlibat langsung dalam proses produksi. Modal sosial ini berfungsi sebagai “perekat” yang menggantikan keterbatasan modal finansial.

b) Faktor Etos Kerja

Etos kerja pelaku usaha tercermin dari sikap disiplin dalam produksi, konsistensi menjaga kualitas rasa, serta kesiediaan bekerja dalam jam panjang ketika permintaan meningkat. Dalam perspektif Max Weber, etos kerja yang memandang usaha sebagai tanggung jawab moral dan bentuk panggilan hidup menjadi energi utama keberlangsungan usaha. Pelaku usaha tidak semata mengejar keuntungan, tetapi juga mempertahankan warisan

keluarga dan identitas budaya lokal. Nilai ini mendorong komitmen jangka panjang meskipun keuntungan ekonomi relatif terbatas.

c) Faktor Budaya dan Identitas Lokal

Kacang goyang telah menjadi simbol kuliner khas Kotamobagu. Nilai budaya ini menciptakan pasar emosional, di mana konsumen membeli bukan hanya karena rasa, tetapi juga karena makna tradisi. Faktor ini menjadi keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki produk makanan modern lainnya.

3.5 Strategi Adaptasi terhadap Pasar

Strategi terhadap pasar merupakan upaya penting yang dilakukan pelaku usaha kacang goyang untuk mempertahankan eksistensi produk di tengah persaingan industri makanan ringan yang semakin beragam. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha di Kelurahan Motoboi Kecil menerapkan strategi pemasaran yang bersifat sederhana namun adaptif, menyesuaikan dengan karakteristik pasar lokal. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah menjaga konsistensi kualitas rasa dan tekstur produk. Kualitas yang stabil menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen, khususnya pembeli tetap dan toko oleh-oleh yang menjadi mitra distribusi. Selain menjaga kualitas, pelaku usaha juga melakukan penyesuaian kemasan produk. Perubahan kemasan dilakukan agar tampilan kacang goyang terlihat lebih menarik, higienis, dan praktis dibawa sebagai oleh-oleh khas daerah. Strategi ini terbukti meningkatkan daya tarik produk di kalangan konsumen luar daerah yang berkunjung ke Kotamobagu. Dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar, pelaku usaha menerapkan sistem produksi berbasis pesanan. Produksi ditingkatkan pada periode tertentu seperti hari raya, musim liburan, dan acara adat, sedangkan pada hari biasa produksi disesuaikan dengan permintaan toko mitra. Pola ini membantu menekan risiko kerugian akibat produk tidak terjual. Meskipun pemasaran masih didominasi metode konvensional melalui toko lokal dan jaringan relasi, beberapa pelaku usaha mulai membuka peluang promosi melalui media sosial. Langkah ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya transformasi digital sebagai strategi perluasan pasar. Dengan demikian, strategi terhadap pasar yang diterapkan mampu menjaga keberlanjutan usaha sekaligus membuka peluang pengembangan di masa depan.

3.6 Peran Keluarga dalam Efisiensi Usaha

Peran keluarga merupakan elemen fundamental dalam menjaga efisiensi operasional usaha kacang goyang di Kelurahan Motoboi Kecil. Berdasarkan temuan penelitian, hampir seluruh proses produksi, mulai dari pengolahan bahan baku, pemasakan, pengemasan, hingga distribusi, melibatkan anggota keluarga inti. Pola ini menunjukkan bahwa keluarga tidak hanya berfungsi sebagai unit sosial, tetapi juga sebagai unit ekonomi yang menopang keberlangsungan usaha. Keterlibatan keluarga memberikan dampak signifikan terhadap penghematan biaya tenaga kerja. Dengan memanfaatkan tenaga kerja keluarga, pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk merekrut pekerja eksternal. Sistem kerja berbasis kekeluargaan juga memungkinkan fleksibilitas waktu kerja, di mana anggota keluarga dapat menyesuaikan jam kerja sesuai kebutuhan produksi. Fleksibilitas ini membantu pelaku usaha merespons peningkatan permintaan pasar secara cepat tanpa hambatan administratif. Selain efisiensi biaya, peran keluarga juga berkontribusi terhadap terjaganya kualitas produk. Anggota keluarga yang telah lama terlibat dalam proses produksi memahami standar rasa, tekstur, dan teknik pembuatan kacang goyang secara turun-temurun. Pemahaman ini menciptakan konsistensi kualitas yang sulit dicapai apabila menggunakan tenaga kerja dari luar.

Lebih dari itu, keterlibatan keluarga menumbuhkan rasa memiliki (sense of belonging) terhadap usaha. Usaha kacang goyang tidak hanya dipandang sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai warisan keluarga yang harus dijaga keberlanjutannya. Nilai ini memperkuat motivasi bekerja, meningkatkan loyalitas, dan meminimalkan konflik internal dalam operasional usaha. Dengan demikian, peran keluarga terbukti menjadi faktor strategis dalam menciptakan efisiensi usaha sekaligus menjamin keberlanjutan industri rumah tangga tradisional

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan usaha kacang goyang di Kelurahan Motoboi Kecil bukanlah fenomena ekonomi semata, melainkan hasil integrasi yang kuat antara modal sosial, nilai budaya, dan strategi adaptasi rasional. Keberlanjutan ini terbentuk secara multidimensi, dimulai dari dimensi sosial yang sangat bergantung pada kekuatan bonding social capital dalam lingkup keluarga, di mana keterlibatan anggota keluarga dalam seluruh rantai produksi menciptakan efisiensi biaya operasional, menjamin loyalitas tenaga kerja, serta memastikan pewarisan pengetahuan (knowledge transfer) teknis tetap terjaga lintas

generasi. Di sisi lain, dari dimensi ekonomi, para pelaku usaha menunjukkan daya tahan (resilience) yang tinggi melalui strategi adaptasi fleksibel dengan menerapkan sistem produksi berbasis permintaan (demand-driven) dan diversifikasi produk untuk menjaga stabilitas pendapatan di tengah fluktuasi harga bahan baku, yang membuktikan bahwa rasionalitas ekonomi dapat berjalan beriringan dengan nilai-nilai tradisional. Sementara itu, dari dimensi budaya, produk ini telah bertransformasi menjadi simbol identitas lokal (local branding) yang membanggakan dan memposisikan diri sebagai "oleh-oleh wajib", sehingga mampu menciptakan pasar emosional yang loyal. Secara teoritis, keberhasilan UMKM tradisional ini menegaskan relevansi teori Modal Sosial Putnam dan Etos Kerja Weber, di mana solidaritas komunitas dan etos kerja yang memandang usaha sebagai "panggilan hidup" berfungsi sebagai jaring pengaman sosial yang efektif, sehingga strategi masa depan perlu difokuskan pada upaya merawat modal sosial ini sembari membuka akses pada modernisasi pemasaran.

Referensi

- [1] A. Alfian, "Pengaruh Strategi Pemasaran, Modal Usaha, Lokasi Usaha dan Perilaku Pelaku Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM," *J. Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 112–125, 2023, doi: <https://doi.org/10.31004/jieb.v9i2.1523>
- [2] M. Mawuru, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 1, pp. 2896–2910, 2023, doi: <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5160>
- [3] M. Khabibullah, "Perspektif Weber Tentang Etos Kerja Dalam The Protestant Ethic And The Spirit Of Capitalism," *J. Ilmu Pendidik. Islam*, vol. 20, no. 2, pp. 182–194, 2022, doi: <https://doi.org/10.35931/jipi.v20i2.182>
- [4] P. K. M. Kecil, "Profil Desa Motoboi Kecil Tahun 2022: Data Demografi dan Potensi Ekonomi," 2022.
- [5] R. M. Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika Kaji. Ilm. Mata Kuliah Umum*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- [6] M. Lusitaningtyas, R. and Listiyani, "Strategi Bertahan Pemilik Warung Kopi di Tengah Pandemi: Implementasi Teori Struktural Fungsional," *Strateg. Bertahan Pemilik Warung Kopi di Teng. Pandemi Implementasi Teor. Strukt. Fungsional*, vol. 10, no. 3, pp. 14–26, 2021, doi: <https://doi.org/10.26740/paradigma.v10n3.p14-26>
- [7] S. Hartono, R. and Sunarsasi, "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar," *Translitera J. Kaji. Komun. Dan Stud. Media*, vol. 9, no. 1, pp. 22–31, 2020, doi: <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i1.956>
- [8] E. Sudirman, "Strategi Usaha Kecil Menghadapi Digitalisasi Pemasaran," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 2, pp. 142–151, 2020, doi: <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i2.2578>
- [9] I. Darmawan, D. and Suryani, "Peran Keluarga dalam Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 21, no. 1, pp. 45–52, 2020, doi: <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.4392>
- [10] H. Suharyono, E. and Ismanto, "Dampak Skala Produksi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *J. Ilmu Ekon. dan Sos.*, vol. 8, no. 2, pp. 87–94, 2020, doi: <https://doi.org/10.35724/jies.v8i2.2890>
- [11] N. S. M. Kartono, T. D. and Hartati, "Etos Kerja Masyarakat Miskin Pedesaan (Studi Fenomenologi Pada Masyarakat Desa Sewurejo)," *J. Dev. Soc. Chang.*, vol. 3, no. 1, pp. 13–19, 2020, doi: <https://doi.org/10.20961/jodasc.v3i1.41582>
- [12] D. Tanjung, H. and Fitriani, "Pewarisan Nilai dan Pengetahuan dalam Usaha Keluarga pada Generasi Penerus di UMKM," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 17, no. 1, pp. 55–65, 2020, doi: <https://doi.org/10.29313/jmb.v17i1.6210>
- [13] N. M. Ayalew, "Bayesian Hierarchical Analyses for Entrepreneurial Intention of Students," *J. Big Data*, vol. 7, no. 1, pp. 20–23, 2020, doi: <https://doi.org/10.1186/s40537-020-00293-x>
- [14] K. M. H. Hasan, "Intention towards Social Entrepreneurship of University Students in an Emerging Economy," *Horiz.*, vol. 28, no. 3, pp. 133–151, 2020, doi: <https://doi.org/10.1108/OTH-04-2020-0012>
- [15] K. R. Jena, "Measuring the Impact of Business Management Student's Attitude towards Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention," *Comput. Human Behav.*, vol. 107, no. 1, pp. 106–275, 2020, doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>