

---

## Peran Kewirausahaan dalam Pengembangan Usaha Kecil di Pasar Petisah Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan)

**Meiya Chaterine Fedora Tarigan**  
Universitas Negeri Medan

**Destri Rosmailin Sitanggang**  
Universitas Negeri Medan

**Virma Dinartha Sinaga**  
Universitas Negeri Medan

**Shinta Jouito Samosir**  
Universitas Negeri Medan

**Nela Permata Sari Lubis**  
Universitas Negeri Medan

**Alamat:**

Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Medan

*Korespondensi penulis:* [slebewmeimei254@gmail.com](mailto:slebewmeimei254@gmail.com)<sup>1</sup>, [destrirosmailinsitanggang@gmail.com](mailto:destrirosmailinsitanggang@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[virmadinarthasinaga@gmail.com](mailto:virmadinarthasinaga@gmail.com)<sup>3</sup>, [sintasamosir00@gmail.com](mailto:sintasamosir00@gmail.com)<sup>4</sup>, [nelapslubis@unimed.ac.id](mailto:nelapslubis@unimed.ac.id)<sup>5</sup>

**ABSTRAK.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah serta mengetahui berbagai faktor yang mendukung dan menghambat perkembangan usaha para pedagang. Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha kecil untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Melalui kemampuan berinovasi, pengambilan keputusan, pengelolaan usaha, dan strategi pemasaran yang tepat, pelaku usaha kecil diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta mempertahankan keberlangsungan usahanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui desain studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap beberapa pelaku usaha kecil yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan jenis usaha dan lama usaha yang dijalankan. Analisis data dilakukan menggunakan mode interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber untuk memperoleh data yang lebih akurat dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah. Pelaku usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan cenderung lebih mampu menciptakan inovasi produk, menjaga kualitas barang dagangan, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, serta mampu menyesuaikan strategi penjualan sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan platform digital juga mulai digunakan sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran. Di sisi lain, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi pelaku usaha kecil, seperti keterbatasan modal usaha, tingginya persaingan antar pedagang, fluktuasi harga barang, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam berbelanja. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku usaha tetap berupaya mempertahankan usahanya melalui peningkatan kreativitas, strategi promosi, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan demikian, kemampuan kewirausahaan menjadi salah satu faktor utama yang dapat mendukung keberlangsungan dan perkembangan usaha kecil di tengah dinamika perekonomian saat ini.

**Kata Kunci:** kewirausahaan, usaha kecil, pengembangan usaha, strategi pemasaran, Pasar Petisah.

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu unsur penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Peran kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan membuka usaha, tetapi juga mencakup kemampuan seseorang dalam menciptakan inovasi, memanfaatkan peluang, mengelola sumber daya, serta mengambil keputusan dalam menghadapi risiko usaha (Suryana, 2013). Dalam perkembangan ekonomi modern, kewirausahaan menjadi faktor yang mampu mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Khamimah, 2021). Keberadaan usaha kecil memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta membantu mengurangi tingkat pengangguran (Permana, 2017). Oleh sebab itu, pengembangan usaha kecil perlu didukung dengan kemampuan kewirausahaan yang baik agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan ekonomi yang semakin ketat (Idayu et al., 2021).

Di Indonesia, usaha kecil menjadi salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan penting dalam menopang perekonomian masyarakat (Permana, 2017). Banyak masyarakat yang menjadikan usaha kecil sebagai sumber utama pendapatan keluarga. Selain modal yang relatif kecil, usaha kecil juga dianggap lebih mudah dijalankan karena dapat disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan kemampuan pelaku usaha. Keberadaan usaha kecil tersebar di berbagai daerah, baik di lingkungan perkotaan maupun pedesaan. Dalam kondisi ekonomi tertentu, usaha kecil bahkan mampu bertahan dibandingkan usaha berskala besar karena memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menyesuaikan kondisi pasar (Tambunan, 2012). Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha kecil memiliki potensi besar untuk terus berkembang apabila didukung dengan kemampuan kewirausahaan yang memadai (Attqia et al., 2024).

Kewirausahaan pada dasarnya berkaitan erat dengan kreativitas dan inovasi (Hadiyati, 2011). Seorang wirausaha harus mampu menciptakan ide-ide baru, melihat peluang pasar, serta mengembangkan strategi yang tepat untuk mempertahankan usahanya (Suryana, 2013). Dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, pelaku usaha kecil dituntut untuk memiliki kemampuan dalam memahami kebutuhan konsumen, meningkatkan kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang baik. Selain itu, pelaku usaha juga harus mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan kegiatan konsumsi (Rahmawati & Pramono, 2021). Kemampuan untuk terus belajar dan berinovasi menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha (Sutrisno & Haryadi, 2023).

Perkembangan teknologi digital pada saat ini turut memberikan pengaruh terhadap pola perdagangan dan aktivitas bisnis masyarakat (Arianto, 2020). Kemajuan teknologi membuat persaingan usaha menjadi semakin luas karena pelaku usaha tidak hanya bersaing secara langsung di pasar tradisional, tetapi juga bersaing melalui platform digital dan media sosial (Permana, 2017). Banyak konsumen yang mulai beralih pada sistem belanja online karena dianggap lebih praktis dan efisien. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha kecil untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka agar tetap mampu bersaing di tengah perkembangan zaman (Azizah & Santoso, 2021).

Pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp menjadi salah satu strategi pemasaran yang mulai banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen (Achmad et al, 2020).

Pasar Petisah merupakan salah satu pusat perdagangan terbesar dan paling dikenal di Kota Medan. Pasar ini menjadi tempat aktivitas ekonomi masyarakat yang sangat ramai dan menjadi pusat berbagai jenis usaha kecil. Berbagai produk kebutuhan masyarakat tersedia di pasar ini, mulai dari pakaian, makanan, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, hingga kebutuhan sehari-hari lainnya. Banyaknya pedagang yang menjalankan usaha di Pasar Petisah menunjukkan bahwa pasar tersebut memiliki peranan penting dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat Kota Medan. Selain menjadi pusat perdagangan, Pasar Petisah juga menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari kegiatan berdagang.

Dalam menjalankan usahanya, para pelaku usaha kecil di Pasar Petisah menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Persaingan antar pedagang yang semakin tinggi menuntut mereka untuk memiliki strategi usaha yang lebih baik agar mampu mempertahankan pelanggan (Idamayu et al., 2021). Selain itu, perubahan pola konsumsi masyarakat juga memengaruhi tingkat penjualan para pedagang. Konsumen saat ini cenderung lebih selektif dalam membeli produk dan lebih memperhatikan kualitas, harga, serta pelayanan yang diberikan. Tidak sedikit pula konsumen yang mulai beralih pada sistem belanja online sehingga mengurangi jumlah pembeli di pasar tradisional (Achmad et al., 2020). Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha kecil untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Selain persaingan usaha, keterbatasan modal juga menjadi salah satu hambatan yang sering dihadapi oleh pelaku usaha kecil di Pasar Petisah. Modal usaha yang terbatas menyebabkan sebagian pedagang mengalami kesulitan dalam menambah stok barang, memperluas usaha maupun melakukan inovasi produk (Attqia et al., 2024). Fluktuasi harga barang di pasaran juga sering memengaruhi keuntungan yang diperoleh pedagang. Ketika harga barang naik, daya beli masyarakat cenderung menurun sehingga

penjualan pedagang ikut mengalami penurunan. Dalam kondisi seperti ini, kemampuan kewirausahaan sangat dibutuhkan agar pelaku usaha mampu mengambil keputusan yang tepat dalam mengelola usahanya (Suryana, 2013).

Meskipun menghadapi berbagai hambatan, banyak pelaku usaha kecil di Pasar Petisah tetap mampu bertahan dan mengembangkan usahanya. Hal tersebut tidak terlepas dari kemampuan mereka dalam menerapkan sikap kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan menjalin hubungan baik dengan pelanggan (Khamimah, 2021). Sebagian pedagang mulai melakukan inovasi dalam cara pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan layanan pesan antar untuk meningkatkan penjualan (Pasaribu, 2021). Ada pula pedagang yang berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap loyal terhadap usaha mereka (Fifian, 2025). Strategi-strategi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan kewirausahaan memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan usaha kecil (Hadiyati, 2011).

Penelitian mengenai peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan menjadi penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran mengenai kondisi nyata para pelaku usaha kecil (Attqia et al, 2024) dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan bagaimana peran kewirausahaan dalam membantu pengembangan usaha kecil serta mengetahui berbagai faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat perkembangan usaha para pedagang. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha kecil, pemerintah daerah, maupun pihak terkait lainnya dalam merumuskan strategi pengembangan usaha kecil yang lebih efektif (Khamimah, 2021).

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pelaku usaha kecil dapat lebih memahami pentingnya kemampuan kewirausahaan dalam menghadapi persaingan usaha dan perkembangan teknologi di era modern saat ini (Suryana, 2013). Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kewirausahaan dan pengembangan usaha kecil di pasar tradisional. Oleh karena

itu, penelitian mengenai peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan memiliki relevansi yang cukup tinggi dalam mendukung pengembangan ekonomi masyarakat, khususnya dalam sektor usaha kecil dan menengah.

## LANDASAN TEORI

### Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengelola suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan serta mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut. Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan berdagang atau membuka usaha, tetapi juga mencakup kemampuan dalam menciptakan inovasi, mengambil keputusan, membaca peluang pasar, serta berani menghadapi risiko yang mungkin terjadi dalam kegiatan bisnis. Dalam perkembangan ekonomi modern, kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Suryana, 2014).

Menurut Buchari Alma (2013), kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui kreativitas dan inovasi untuk mencapai tujuan tertentu. Seorang wirausaha harus memiliki sikap percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, memiliki jiwa kepemimpinan, serta mampu berpikir kreatif dalam menghadapi persaingan usaha. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki hubungan erat dengan kemampuan individu dalam mengembangkan ide usaha dan mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Selain itu, menurut Suryana (2014), kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Dalam menjalankan usaha, seorang wirausaha dituntut untuk

mampu melihat peluang bisnis yang dapat dikembangkan menjadi sumber keuntungan. Kemampuan tersebut menjadi faktor penting bagi pelaku usaha kecil agar dapat bersaing di tengah perkembangan ekonomi dan perubahan kebutuhan konsumen yang terus berubah.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan dan mengembangkan usaha melalui kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan mengelola usaha agar dapat berkembang secara berkelanjutan. Dalam penelitian ini, kewirausahaan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi perkembangan usaha kecil di Pasar Petisah.

### **Teori Usaha Kecil**

Usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri oleh individu atau kelompok dengan skala usaha yang relatif kecil. Usaha kecil biasanya memiliki modal yang terbatas, jumlah tenaga kerja yang tidak terlalu banyak, serta sistem pengelolaan usaha yang masih sederhana. Meskipun demikian, usaha kecil memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Tambunan, 2019).

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2008) sebagaimana termuat dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan besar. Usaha kecil umumnya bergerak dalam bidang perdagangan, jasa, maupun produksi yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Keberadaan usaha kecil memiliki peran penting dalam mendukung stabilitas ekonomi, khususnya pada tingkat daerah. Dalam kondisi ekonomi tertentu, usaha kecil

sering kali lebih mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar karena memiliki fleksibilitas dalam menyesuaikan kondisi pasar (Hafsah, 2004). Selain itu, usaha kecil juga lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan lingkungan usaha.

Namun demikian, usaha kecil juga menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi, kurangnya kemampuan manajemen usaha, serta tingginya persaingan bisnis (Suryana, 2014). Oleh karena itu, pelaku usaha kecil memerlukan kemampuan kewirausahaan yang baik agar mampu mengatasi berbagai hambatan tersebut dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

### **Pengembangan Usaha Kecil**

Pengembangan usaha kecil merupakan suatu proses yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan usaha agar dapat berkembang dan memperoleh keuntungan yang lebih baik. Pengembangan usaha dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, peningkatan pelayanan kepada konsumen, serta pengelolaan usaha yang lebih efektif (Alma, 2013). Dalam proses pengembangan usaha, kemampuan kewirausahaan menjadi faktor penting karena dapat membantu pelaku usaha dalam menciptakan inovasi dan menghadapi persaingan bisnis.

Menurut Hafsah (2004), pengembangan usaha bertujuan meningkatkan kapasitas usaha sehingga mampu bersaing dalam pasar yang lebih luas. Pengembangan usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan keuntungan, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas sumber daya manusia, perluasan jaringan usaha, dan kemampuan menghadapi perubahan pasar.

Dalam konteks usaha kecil di Pasar Petisah, pengembangan usaha dapat dilihat dari kemampuan pedagang dalam mempertahankan pelanggan, meningkatkan penjualan, melakukan inovasi produk, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran (Suryana, 2014). Pengembangan usaha yang baik dapat membantu

pelaku usaha meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan bisnisnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

### **Kerangka Berpikir**

Penelitian ini berfokus pada peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah. Kewirausahaan dipandang sebagai kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi, mengelola usaha, mengambil keputusan, dan menghadapi risiko usaha (Suryana, 2014). Kemampuan tersebut memengaruhi perkembangan usaha kecil yang dapat dilihat melalui peningkatan penjualan, kemampuan mempertahankan pelanggan, strategi pemasaran, dan keberlangsungan usaha.

Semakin baik kemampuan kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin besar peluang usaha kecil untuk berkembang dan bertahan dalam persaingan pasar. Sebaliknya, rendahnya kemampuan kewirausahaan dapat menjadi hambatan dalam pengembangan usaha kecil (Alma, 2013). Oleh karena itu, kewirausahaan memiliki hubungan yang sangat erat dengan keberhasilan dan perkembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2018). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi nyata yang dialami oleh pelaku usaha kecil dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai strategi



kewirausahaan, kendala usaha, serta upaya pengembangan usaha yang dilakukan oleh para pedagang.

Penelitian dilaksanakan di Pasar Petisah yang berada di Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan. Lokasi penelitian dipilih karena Pasar Petisah merupakan salah satu pusat perdagangan terbesar di Kota Medan yang memiliki banyak pelaku usaha kecil dengan jenis usaha yang beragam. Selain itu, pasar tersebut menjadi tempat aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup aktif sehingga dianggap relevan untuk meneliti peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kecil yang menjalankan kegiatan perdagangan di Pasar Petisah Kota Medan. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Pengambilan sampel bertujuan untuk memperoleh data yang dapat mewakili populasi sehingga penelitian dapat dilakukan lebih efektif, efisien, serta menghemat waktu, tenaga, dan biaya tanpa mengurangi ketepatan hasil penelitian (Sugiyono, 2022) Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi pedagang yang telah menjalankan usaha dalam jangka waktu tertentu, memiliki pengalaman dalam mengelola usaha, serta memahami kondisi perkembangan usaha yang dijalankan. Dengan teknik tersebut, peneliti dapat memperoleh data yang lebih relevan dan sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas perdagangan dan kondisi usaha para pedagang di Pasar Petisah. Melalui observasi, peneliti dapat mengetahui bagaimana pelaku usaha menjalankan kegiatan usahanya, strategi pemasaran yang digunakan, serta interaksi antara pedagang dan konsumen. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada beberapa pelaku usaha kecil untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman mereka dalam mengembangkan usaha, hambatan yang dihadapi, serta bentuk kewirausahaan yang diterapkan dalam

kegiatan bisnis. Selain itu, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, catatan lapangan, maupun dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang dianggap relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung. Analisis data dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dan mendalam.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh dapat diuji kebenarannya. Penggunaan triangulasi bertujuan agar hasil penelitian memiliki tingkat validitas yang lebih baik dan dapat dipercaya. Dengan metode penelitian tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Petisah merupakan salah satu pusat perdagangan terbesar di Kota Medan yang menjadi tempat aktivitas ekonomi masyarakat dari berbagai kalangan. Pasar ini memiliki berbagai jenis usaha kecil yang bergerak di bidang pakaian, makanan, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, hingga kebutuhan sehari-hari lainnya. Banyaknya pedagang yang menjalankan usaha di pasar tersebut menjadikan Pasar Petisah sebagai salah satu pusat ekonomi masyarakat yang cukup aktif dan memiliki tingkat persaingan usaha yang tinggi. Usaha kecil dalam konteks ini merujuk pada unit

skala terbatas yang umumnya dikelola secara mandiri atau berbasis keluarga, sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Sebagian besar pelaku usaha kecil di Pasar Petisah merupakan usaha keluarga yang telah dijalankan dalam waktu yang cukup lama. Beberapa pedagang bahkan telah menjalankan usahanya selama bertahun-tahun dan menjadikan kegiatan berdagang sebagai sumber utama pendapatan keluarga. Dalam menjalankan usahanya, para pedagang harus mampu menyesuaikan diri terhadap perkembangan kebutuhan konsumen, perubahan kondisi pasar, serta persaingan antar pedagang yang semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat Kasmir (2019) bahwa pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar mampu bertahan dalam lingkungan usaha yang dinamis.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, kondisi perdagangan di Pasar Petisah menunjukkan adanya aktivitas ekonomi yang cukup dinamis. Pedagang tidak hanya mengandalkan penjualan secara langsung di kios atau toko, tetapi juga mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas pemasaran produk mereka. Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan pola kewirausahaan yang lebih modern di kalangan pelaku usaha kecil, sebagaimana dikemukakan oleh Zimmerer dan Scarborough (2008) bahwa teknologi informasi telah menjadi bagian integral dalam kegiatan wirausaha masa kini.

### **Peran Kewirausahaan dalam Pengembangan Usaha Kecil**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa pelaku usaha kecil di Pasar Petisah, diperoleh informasi bahwa kewirausahaan memiliki peranan penting dalam pengembangan usaha mereka. Kemampuan kewirausahaan membantu pelaku usaha dalam menciptakan inovasi, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan penjualan di tengah persaingan usaha yang cukup ketat. Hal ini sesuai dengan pandangan Drucker (1985) yang menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan



suatu Tindakan yang bertumpu pada inovasi sebagai instrument utama perubahan dan pengembangan usaha.

Salah satu bentuk kewirausahaan yang diterapkan oleh pedagang adalah kemampuan dalam membaca peluang pasar. Beberapa pedagang mengaku selalu mengikuti perkembangan tren kebutuhan konsumen agar produk yang dijual tetap diminati masyarakat. Pedagang pakaian misalnya, berusaha menyediakan model pakaian yang sedang populer agar mampu menarik perhatian pembeli. Selain itu, pedagang juga berusaha menjaga kualitas barang dagangan agar pelanggan tetap percaya dan loyal terhadap usaha mereka. Kemampuan membaca peluang ini merupakan salah satu ciri utama wirausahawan yang berhasil, sebagaimana dijelaskan oleh Suryana (2014) bahwa kepekaan terhadap peluang pasar menjadi modal dasar dalam keberhasilan berwirausaha.

Kemampuan berkomunikasi dan membangun hubungan baik dengan pelanggan juga menjadi bagian penting dalam kegiatan kewirausahaan. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar pedagang berusaha memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen. Sikap tersebut dilakukan agar pelanggan merasa nyaman saat berbelanja dan bersedia kembali membeli produk di tempat yang sama. Pelayanan yang baik dianggap menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan usaha di tengah persaingan pasar (Kotler & Keller, 2016).

Selain itu, kreativitas dalam melakukan promosi juga menjadi salah satu bentuk kewirausahaan yang diterapkan oleh pelaku usaha kecil. Beberapa pedagang mulai memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk mereka kepada masyarakat. Penggunaan media digital dianggap mampu membantu pedagang memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan jumlah konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil mulai beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam menjalankan usahanya. Temuan ini selaras dengan penelitian Setiawan dan Daryanto (2017) yang menyimpulkan bahwa

pemanfaatan media sosial secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan omzet usaha kecil dan menengah di Indonesia.

### **Strategi Pengembangan Usaha Kecil**

Dalam upaya mengembangkan usaha, para pelaku usaha kecil di Pasar Petisah menerapkan berbagai strategi agar usaha mereka tetap bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang paling sering dilakukan adalah menjaga kualitas produk dan memberikan harga yang sesuai dengan kondisi pasar. Pedagang menyadari bahwa kualitas produk sangat memengaruhi minat konsumen dalam membeli barang. Oleh karena itu, mereka berusaha menyediakan produk yang berkualitas agar mampu bersaing dengan pedagang lainnya. Strategi ini relevan dengan konsep keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Porter (1990) bahwa kualitas produk dan penetapan harga yang tepat merupakan dua dari sekian factor penentu posisi bersaing suatu usaha.

Selain menjaga kualitas produk, beberapa pedagang juga melakukan inovasi dalam cara penjualan. Sebagian pedagang mulai menerima sistem pemesanan online melalui media sosial dan aplikasi pesan singkat. Konsumen dapat memesan barang tanpa harus datang langsung ke pasar. Strategi tersebut dianggap cukup efektif untuk menarik konsumen yang lebih memilih berbelanja secara praktis dan efisien. Inovasi dalam metode penjualan ini mencerminkan apa yang dikemukakan oleh Schumpeter (1934) disebut sebagai "creative destruction", yakni proses pembaruan cara-cara lama dengan pendekatan baru yang lebih efisien demi kelangsungan usaha.

Strategi promosi juga menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha kecil. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa pedagang memberikan potongan harga, bonus pembelian, maupun promo tertentu untuk menarik perhatian konsumen. Cara tersebut dilakukan agar pelanggan tetap tertarik membeli produk yang dijual. Selain itu, pedagang juga berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar

tercipta kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap usaha mereka. Tjiptono (2015) menjelaskan bahwa strategi promosi yang tepat sasaran mampu meningkatkan volume penjualan sekaligus memperkuat citra merek atau usaha di benak konsumen.

Sebagian pedagang juga mengaku berusaha mengikuti perkembangan tren pasar agar usaha mereka tidak tertinggal. Pedagang yang mampu mengikuti perubahan kebutuhan konsumen cenderung lebih mudah mempertahankan usahanya dibandingkan pedagang yang tidak melakukan inovasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan beradaptasi menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha kecil, sejalan dengan pendapat Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) bahwa fleksibilitas dan kemampuan adaptasi merupakan karakteristik utama wirausahawan yang sukses.

### **Hambatan yang Dihadapi Pelaku Usaha Kecil**

Meskipun memiliki berbagai strategi dalam mengembangkan usaha, para pelaku usaha kecil di Pasar Petisah juga menghadapi berbagai hambatan yang memengaruhi perkembangan usaha mereka. Salah satu hambatan utama adalah tingginya persaingan antar pedagang. Banyaknya usaha yang menjual produk sejenis menyebabkan pedagang harus bersaing dalam harga, kualitas produk, maupun pelayanan kepada konsumen. Kondisi persaingan ketat ini sebagaimana dijelaskan oleh Tambunan (2012) merupakan tantangan structural yang umum dihadapi oleh usaha kecil di pasar-pasar tradisional Indonesia.

Keterbatasan modal juga menjadi masalah yang cukup sering dihadapi oleh pelaku usaha kecil. Modal yang terbatas membuat sebagian pedagang mengalami kesulitan dalam menambah stok barang atau melakukan pengembangan usaha. Selain itu, fluktuasi harga barang di pasaran juga memengaruhi keuntungan yang diperoleh pedagang. Ketika harga barang naik, daya beli masyarakat cenderung menurun sehingga penjualan pedagang ikut mengalami penurunan. Persoalan keterbatasan modal ini senada dengan temuan Tulus Tambunan (2012) bahwa akses terhadap permodalan

merupakan salah satu kendala terbesar yang membatasi pertumbuhan usaha kecil di negara berkembang.

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha kecil. Saat ini banyak masyarakat yang mulai beralih pada sistem belanja online sehingga jumlah pembeli di pasar tradisional mengalami penurunan. Kondisi tersebut membuat sebagian pedagang harus mencari strategi baru agar tetap mampu mempertahankan pelanggan. Kurangnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi digital juga menjadi kendala bagi beberapa pedagang yang belum terbiasa menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Pergeseran perilaku konsumen menuju belanja digital ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (2022) yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam transaksi e-commerce di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Selain faktor ekonomi dan teknologi, kondisi lingkungan pasar juga turut memengaruhi perkembangan usaha kecil. Persaingan yang semakin tinggi, kondisi pasar yang padat, serta perubahan kondisi ekonomi masyarakat menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki hubungan yang sangat erat dengan pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan kewirausahaan cenderung lebih mampu bertahan dalam menghadapi persaingan usaha dan perubahan kondisi pasar. Kreativitas, inovasi, kemampuan membaca peluang, serta keberanian mengambil keputusan menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan usaha kecil. Temuan ini sejalan dengan penelitian Winarso (2018) yang menemukan adanya korelasi positif dan signifikan antara jiwa kewirausahaan dengan keberhasilan usaha kecil di pasar tradisional.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang menyatakan bahwa seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dalam menciptakan inovasi dan memanfaatkan peluang usaha. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi menunjukkan adanya bentuk inovasi dalam kegiatan bisnis. Pemanfaatan teknologi digital membantu pedagang memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan produk. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Scarborough dan Cornwall (2016) bahwa seorang entrepreneur yang efektif mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam model bisnisnya untuk menciptakan nilai tambah bagi usaha.

Selain itu, kemampuan pedagang dalam menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik juga menunjukkan adanya penerapan strategi kewirausahaan dalam mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan cenderung akan kembali membeli produk di tempat yang sama. Oleh karena itu, pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha kecil.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil masih menghadapi berbagai hambatan dalam mengembangkan usaha mereka. Persaingan usaha yang tinggi, keterbatasan modal, dan perubahan perilaku konsumen menjadi tantangan utama yang harus dihadapi pedagang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha kecil tidak hanya bergantung pada kemampuan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi, teknologi, dan lingkungan usaha. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Primiana (2009) yang menegaskan bahwa keberhasilan internal wirausahawan dan kondisi lingkungan eksternal yang melingkupinya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perkembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan. Kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, beradaptasi,

dan mengelola usaha menjadi faktor utama yang membantu mereka mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran kewirausahaan dalam pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha kecil yang dijalankan oleh para pedagang. Kemampuan kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan keberanian membuka usaha, tetapi juga mencakup kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi, membaca peluang pasar, mengambil keputusan, mengelola usaha, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi ekonomi dan perkembangan teknologi. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pelaku usaha yang memiliki kemampuan kewirausahaan yang baik cenderung lebih mampu mempertahankan usahanya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil di Pasar Petisah telah menerapkan berbagai bentuk sikap kewirausahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Sikap tersebut terlihat dari kemampuan pedagang dalam menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, serta melakukan berbagai strategi promosi untuk menarik minat konsumen. Pelaku usaha juga menunjukkan adanya kreativitas dalam menyesuaikan jenis produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar. Beberapa pedagang bahkan mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi mulai memengaruhi pola kewirausahaan dan strategi bisnis pelaku usaha kecil di pasar tradisional.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa hubungan yang baik antara pedagang dan konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Pelayanan yang ramah, komunikasi yang baik, serta kemampuan membangun kepercayaan pelanggan menjadi strategi yang cukup efektif dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas produk dan pelayanan cenderung akan kembali melakukan pembelian sehingga membantu meningkatkan pendapatan usaha. Oleh karena itu, kemampuan interpersonal dan komunikasi menjadi bagian penting dalam kegiatan kewirausahaan.

Dalam proses pengembangan usaha, pelaku usaha kecil di Pasar Petisah juga menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Salah satu hambatan utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah tingginya persaingan antar pedagang yang menjual produk sejenis. Persaingan tersebut menyebabkan pedagang harus mampu bersaing dalam kualitas produk, harga, maupun pelayanan kepada konsumen. Selain itu, keterbatasan modal usaha menjadi kendala yang cukup sering dihadapi oleh pelaku usaha kecil. Modal yang terbatas menyebabkan sebagian pedagang mengalami kesulitan dalam memperluas usaha, menambah stok barang, maupun melakukan inovasi produk secara maksimal.

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pedagang di Pasar Petisah. Saat ini banyak masyarakat yang mulai beralih pada sistem belanja online karena dianggap lebih praktis dan efisien. Kondisi tersebut menyebabkan jumlah pembeli di pasar tradisional mengalami penurunan pada waktu-waktu tertentu. Oleh karena itu, pelaku usaha kecil dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang yang mampu memanfaatkan media sosial dan teknologi digital cenderung lebih mudah mempertahankan usahanya dibandingkan pedagang yang masih menggunakan sistem pemasaran secara konvensional.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki hubungan yang erat dengan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi risiko usaha dan

mengambil keputusan bisnis. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, pelaku usaha harus mampu menentukan strategi yang tepat agar usaha tetap berjalan. Sebagian pedagang memilih untuk menyesuaikan harga barang, memberikan potongan harga, atau melakukan promosi tertentu agar konsumen tetap tertarik membeli produk yang dijual. Strategi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kreatif dan inovatif menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha kecil.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa kewirausahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan. Kemampuan kewirausahaan membantu pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi, mempertahankan pelanggan, meningkatkan penjualan, serta menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman. Dengan adanya kemampuan kewirausahaan yang baik, pelaku usaha kecil memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan pasar yang semakin kompleks.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan pengembangan usaha kecil di Pasar Petisah Kota Medan. Bagi pelaku usaha kecil, diharapkan agar terus meningkatkan kemampuan kewirausahaan melalui pengembangan kreativitas, inovasi, serta kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Pelaku usaha perlu mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen dan tren pasar agar produk yang dijual tetap diminati masyarakat. Selain itu, pelaku usaha juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen karena pelayanan yang baik dapat membantu menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap usaha yang dijalankan.

Pelaku usaha kecil juga disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan platform digital lainnya sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Pemanfaatan teknologi digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan peluang penjualan produk di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin modern. Selain itu, pelaku usaha juga perlu meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan usaha agar modal yang dimiliki dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien.

Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, diharapkan dapat memberikan perhatian yang lebih besar terhadap pengembangan usaha kecil, khususnya di pasar tradisional seperti Pasar Petisah. Pemerintah dapat memberikan pelatihan kewirausahaan, pelatihan pemasaran digital, serta bantuan modal usaha kepada para pedagang agar mereka mampu meningkatkan kualitas dan daya saing usahanya. Selain itu, pemerintah juga diharapkan dapat menciptakan program pendampingan usaha bagi pelaku usaha kecil agar mereka memperoleh pengetahuan mengenai strategi bisnis, pengelolaan usaha, dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan perdagangan.

Pemerintah juga diharapkan dapat meningkatkan fasilitas dan kondisi lingkungan pasar agar aktivitas perdagangan menjadi lebih nyaman bagi pedagang maupun konsumen. Lingkungan pasar yang bersih, aman, dan tertata dengan baik dapat membantu meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional. Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, maka peluang peningkatan pendapatan pelaku usaha kecil juga akan semakin besar.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai kewirausahaan dan pengembangan usaha kecil. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda atau memperluas cakupan lokasi penelitian agar memperoleh hasil yang lebih beragam dan komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji pengaruh teknologi digital, perilaku konsumen, maupun strategi pemasaran modern terhadap perkembangan usaha kecil di pasar tradisional. Dengan adanya

penelitian lanjutan, diharapkan dapat diperoleh solusi dan strategi yang lebih efektif dalam mendukung perkembangan usaha kecil di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. [<https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>](<https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>)
- Alma, Buchari. (2013). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, B.. (2020). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui pemanfaatan e-commerce di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (Manova)*, 3(2), 57–65. [<https://doi.org/10.24853/manova.3.2.57-65>](<https://doi.org/10.24853/manova.3.2.57-65>)
- Attqia, A. A. A., Arifudin, A., Jamaludin, M. H., Haikal, T. F., & Bayhaqi, R.. (2024). Analisis pengembangan usaha kecil dan menengah di lingkungan berpenghasilan rendah. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(2), 264–271. [<https://doi.org/10.61132/jepi.v2i2.591>](<https://doi.org/10.61132/jepi.v2i2.591>)
- Azizah, N., & Santoso, D.. (2021). Literasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 45–53.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik E-Commerce 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Drucker, P. F.. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Hadiyati, E.. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8–16.

- Hafsah, M. J.. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop*, 25(20), 40–44.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A.. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S.. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85.
- Kasmir. (2019). *Kewirausahaan (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Khamimah, W.. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240.
- Kotler, P., & Keller, K. L.. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Pasaribu, R.. (2021). Analisis media sosial sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan. *Journal of Economic and Business*, 2(1).  
[<https://doi.org/10.36655/jeb.v2i1.495>](<https://doi.org/10.36655/jeb.v2i1.495>)
- Permana, S. H.. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 8(1), 93–103.
- Porter, M. E.. (1990). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Rahmawati, D., & Pramono, R.. (2021). Kreativitas dan inovasi digital untuk peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(3), 215–227.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R.. (2016). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (8th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Schumpeter, J. A.. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard



---

University Press.

Setiawan, H., & Daryanto, A.. (2017). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 41(2), 112–128.

Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses (Edisi Keempat)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sutrisno, H., & Haryadi, F. N.. (2023). Peran kreativitas dan inovasi dalam keberhasilan kewirausahaan: Tinjauan literatur. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2(2).

Tambunan, T. T. H.. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.