

DINAMIKA PASAR DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEGAGALAN USAHA UMKM : STUDI KASUS PASIR PANGARAIAN

Tiara Rochmawati¹, Lilis Sucitra²

^{1,2}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Pasir Pangaraian

E-mail: amndatiara08.tr@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to understand market dynamics and their impact on the business failure of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pasir Pangaraian, Rokan Hulu (ROHUL), Riau Province. A qualitative case study approach was used in this study. The data were collected through in-depth interviews. Their results show that rapid and unpredictable market dynamics are often a challenge for MSMEs. Factors such as changing consumer trends, intense market competition, and a lack of access to capital and technology are often the causes of MSME business failures. Research suggests that to overcome these challenges, MSMEs need to strengthen their capacity in business management, product innovation, and marketing. In addition, support from the government in the form of favorable policies and access to funding is urgently needed.

Keywords : SMEs, Market Dynamics, Business Failure

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika pasar dan dampaknya terhadap kegagalan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasir Pangaraian, Rokan Hulu (ROHUL), Provinsi Riau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika pasar yang cepat dan tidak terduga seringkali menjadi tantangan bagi UMKM. Faktor-faktor seperti perubahan tren konsumen, persaingan pasar yang ketat, dan kurangnya akses terhadap modal dan teknologi seringkali menjadi penyebab kegagalan bisnis UMKM. Penelitian ini menyarankan bahwa untuk mengatasi tantangan ini, UMKM perlu memperkuat kapasitas mereka dalam manajemen bisnis, inovasi produk, dan pemasaran. Selain itu, dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan yang mendukung dan akses terhadap pendanaan juga sangat dibutuhkan.

Kata kunci : UMKM, Dinamika Pasar, Kegagalan Bisnis

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini mampu bertahan di tengah berbagai tantangan dan tetap bergerak dan bertahan meski digempur pandemi. Pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk terus mendukung dan mendorong sektor ini berkembang (Escobar-Llamazares et al., 2019; Su et al., 2021; Yu et al., 2021). UMKM mencakup berbagai jenis usaha, mulai dari pedagang asongan, warung, toko kelontong, warung makan, pedagang kue pasar, pedagang makanan skala rumahan, pedagang baju dan celana, pedagang kaki lima, penjual makanan keliling, jasa pencucian motor dan mobil, hingga toko sparepart kendaraan bermotor.

UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Pattanayak & Kakati, 2023; Zhang, 2023). UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia (Sarfiyah et al., 2019; Windusancono, 2021). Menurut data dari Bank Indonesia dalam <https://www.tribunnews.com> (2023) UMKM berkontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data UMKM Indonesia yang dikutip dari <https://ukmindonesia.id> (2023) mengungkapkan bahwa UMKM memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp8.573 Triliun setiap tahunnya. UMKM juga mencakup 97% total tenaga kerja Indonesia atau 116 juta orang.

Pasir Pangaraian, sebuah kota di Provinsi Riau, bisnis UMKM merupakan pemandangan yang umum dijumpai, mulai dari pedagang kaki lima, toko kerajinan tangan, hingga pabrik berskala kecil. Meski memiliki peran penting, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan bahkan gagal dalam menjalani bisnis mereka. Banyak bisnis UMKM di Pasir Pangaraian yang gagal. Sebagai contoh, beberapa bisnis kerajinan tangan lokal telah ditutup karena penurunan permintaan untuk kerajinan tradisional dan masuknya alternatif yang murah dan diproduksi secara massal. Demikian pula, penjual makanan lokal telah terpukul oleh maraknya aplikasi pesan-antar makanan, yang telah mengubah perilaku pelanggan untuk memesan makanan secara online.

Penyebab kegagalan UMKM dapat dikaitkan dengan faktor endogen dan eksogen. Faktor endogen mengacu pada elemen internal dalam bisnis, seperti kualitas manajemen, karakteristik tim manajemen, dan sumber daya perusahaan. Di sisi lain, faktor eksogen adalah elemen eksternal yang berdampak pada bisnis, termasuk kelangkaan sumber daya, yang menghambat kelangsungan hidup dan daya tahan (Zammel & Khoufi, 2016). Faktor lain yang dapat menyebabkan kegagalan UMKM termasuk kurangnya akses ke pendanaan, keterampilan manajemen yang kurang, dan tantangan dalam bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan lebih mapan. Disamping itu ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar adalah salah satu bentuk penyebab kegagalan bisnis UMKM. UMKM yang tidak mampu merespons perubahan dalam preferensi konsumen, tren pasar, atau kemajuan teknologi dapat mengalami penurunan penjualan, mengurangi keuntungan, dan pada akhirnya bisa

mengarah ke kegagalan bisnis (Giesler & Fischer, 2017; Hyder & Lussier, 2016; Marom & Lussier, 2014).

Dinamika pasar memainkan peran penting dalam keberhasilan dan kegagalan bisnis UMKM. Dinamika pasar memengaruhi permintaan akan produk atau layanan, lanskap persaingan, biaya menjalankan bisnis, serta potensi pertumbuhan dan profitabilitas. Sebagai contoh, pertimbangkan bisnis UMKM yang menjual kerajinan tradisional Indonesia. Jika ada lonjakan permintaan yang tiba-tiba untuk kerajinan ini, mungkin karena kebangkitan apresiasi seni tradisional, bisnis ini akan diuntungkan. Sebaliknya, jika permintaan pasar berkurang, mungkin karena perubahan selera atau meningkatnya minat terhadap seni modern, bisnis ini dapat mengalami kerugian. Demikian pula, kemajuan teknologi dapat mengganggu pasar, menciptakan peluang atau ancaman baru bagi bisnis UMKM. Sebagai contoh, munculnya platform e-commerce telah membuka saluran penjualan baru dan juga meningkatkan persaingan.

Beberapa dinamika pasar utama mempengaruhi bisnis UMKM di Pasir Pangaraian yang mencakup kondisi ekonomi, preferensi dan perilaku pelanggan, perubahan teknologi, dan pergeseran peraturan. Preferensi dan perilaku pelanggan juga memainkan peran besar (Abdullah et al., 2023). Tren, selera, dan kebiasaan membeli dapat berubah dengan cepat, dan bisnis yang gagal mengikutinya bisa jadi akan kalah dalam persaingan. Demikian juga, perubahan teknologi dapat menciptakan peluang sekaligus ancaman, sementara pergeseran peraturan dapat memengaruhi biaya menjalankan bisnis atau bahkan kelangsungan model bisnis.

Dinamika pasar juga merujuk pada perubahan dan fluktuasi dalam kondisi pasar yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tren konsumen, perubahan teknologi, dan kondisi ekonomi makro (Liu & Wang, 2022). Bagi UMKM, dinamika pasar dapat membuka peluang baru, tetapi juga bisa menjadi tantangan. Misalnya, perubahan tren konsumen dapat menciptakan permintaan baru untuk produk atau layanan, tetapi juga bisa membuat produk atau layanan yang ada menjadi usang. Demikian pula, kemajuan teknologi dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan produktivitas, tetapi juga bisa mengancam kelangsungan mereka jika mereka tidak mampu beradaptasi atau bersaing (Zhang, 2023). Selanjutnya sebuah studi yang mengeksplorasi dampak dari ciri-ciri kegagalan UMKM adalah kemampuan identifikasi peluang, pengalaman sebelumnya, dan rasa takut gagal pada inovasi usaha sosial dan memeriksa peran moderasi tingkat lintas dari dinamika pasar (Zhang, 2023; Pattanayak & Kakati (2023); Vigfússon et al. (2021)).

Menanggapi dinamika pasar secara efektif membutuhkan pendekatan proaktif. Bisnis tidak hanya harus mengantisipasi perubahan pasar, tetapi juga mempersiapkan diri untuk itu. Hal ini dapat dilakukan dengan berinvestasi pada teknologi baru, mendiversifikasi penawaran produk, atau mencari pasar baru. Selain itu, bisnis juga harus siap untuk mengambil keputusan yang sulit. Hal ini dapat berupa pengurangan atau bahkan penghentian produk atau layanan tertentu yang tidak lagi menguntungkan. Meskipun keputusan ini bisa jadi sulit, namun sering kali diperlukan untuk kelangsungan hidup jangka panjang bisnis.

Pemerintah dan kebijakannya memainkan peran penting dalam mengatur dinamika pasar. Mereka dapat memengaruhi kondisi ekonomi, mendorong kemajuan teknologi, dan membentuk preferensi dan perilaku pelanggan. Selain itu, mereka juga dapat memberikan dukungan kepada bisnis UMKM, membantu mereka menavigasi lanskap pasar yang terus berubah. Kebijakan pemerintah dapat mendukung bisnis UMKM dengan menyediakan akses ke modal, menawarkan program pelatihan dan pengembangan, serta memfasilitasi akses pasar. Sebagai contoh, pemerintah dapat menawarkan pinjaman berbunga rendah untuk bisnis UMKM, memberikan pelatihan tentang pemasaran digital, atau membuat platform e-commerce untuk membantu bisnis-bisnis ini menjangkau basis pelanggan yang lebih luas.

Berdasarkan penelitian terdahulu, beberapa faktor yang telah teridentifikasi yang mempengaruhi kegagalan bisnis UMKM, termasuk dinamika pasar. Namun, masih ada *research gap* yang perlu diteliti lebih lanjut yaitu dampak jangka panjang dinamika pasar terhadap UMKM. Selama ini banyak penelitian telah membahas tentang dampak jangka pendek dinamika pasar terhadap UMKM, tetapi sedikit yang membahas tentang dampak jangka panjangnya. Oleh karena itu, penelitian tentang dampak jangka panjang dinamika pasar terhadap UMKM dapat menjadi topik penelitian yang menarik. Selanjutnya terdapat kesenjangan penelitian yang dilihat dari faktor eksternal terhadap dinamika pasar dan kegagalan bisnis UMKM. Kebaharuan dalam penelitian tentang "Dinamika Pasar dan Dampaknya terhadap Kegagalan Bisnis UMKM di Pasir Pangaraian ROHUL Provinsi Riau" yaitu penelitian di lokasi geografis yang belum banyak diteliti seperti memfokuskan penelitian pada UMKM di Pasir Pangaraian ROHUL Provinsi Riau, yang mungkin memiliki karakteristik unik yang berbeda dari UMKM di lokasi lain. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika pasar dan dampaknya terhadap kegagalan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasir Pangaraian, Rokan Hulu (ROHUL), Provinsi Riau.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui pengumpulan data yang kaya dan mendalam. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM di Pasir Pangaraian ROHUL Provinsi Riau yang bisnisnya telah gagal. Informan juga dapat mencakup pihak-pihak lain yang terlibat dalam operasional UMKM, seperti karyawan, pelanggan, dan pemasok. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam hal ini, kriteria tersebut adalah UMKM yang telah mengalami kegagalan bisnis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara tatap muka dengan informan, observasi dilakukan di lokasi UMKM, dan studi dokumentasi melibatkan analisis dokumen terkait. Analisis data dilakukan menggunakan metode Miles dan Huberman, yang melibatkan tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data melibatkan proses pengkodean dan tematisasi data. Penyajian data melibatkan penyusunan data

dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram. Penarikan kesimpulan/verifikasi melibatkan interpretasi data dan pembuatan kesimpulan berdasarkan data (Dubey & Kothari, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap UMKM yang pernah gagal dalam menjalankan bisnis di Kota Pasir Pangaraian Rokan Hulu Provinsi Riau disebabkan oleh Persaingan yang ketat, kurangnya pemahaman tentang tren pasar, kesulitan akses pendanaan, sulit memprediksi yang sedang tren di pasar dan kurangnya strategi pemasaran yang efektif. Berdasarkan hasil wawancara dengan AD mengungkapkan bahwa bisnis makanan ringan tradisionalnya menghadapi tantangan berupa persaingan, kurangnya pemahaman tentang tren pasar, dan kesulitan akses pendanaan yang berdampak pada penurunan penjualan. Sebagai strategi adaptasi, mereka melakukan pembaruan produk dan beralih ke pemasaran online. Begitu juga dengan informan BU mengungkapkan bahwa bisnis kerajinan tangannya mengalami kesulitan dalam memprediksi tren pasar yang berdampak pada omset yang stabil namun cenderung menurun. Mereka beradaptasi dengan mengikuti tren pasar dan berinvestasi dalam pemasaran online serta pelatihan karyawan. Selanjutnya informan CEI mengungkapkan bahwa bisnis penjualan kerudung dan pakaian Muslim nya menghadapi tantangan berupa kurangnya pemahaman tentang pasar dan kurangnya strategi pemasaran yang efektif yang berdampak pada penurunan penjualan. Mereka beradaptasi dengan mengikuti tren pasar. Rangkuman hasil wawancara dengan beberapa informan disajikan dalam Table 1.

Tabel 1. Rangkuman Hasil Wawancara

Informan	Bisnis	Penyebab Kegagalan	Dampak Dinamika Pasar	Strategi Adaptasi
AD	Makanan ringan tradisional	Persaingan, kurangnya pemahaman tentang tren pasar, kesulitan akses pendanaan	Penurunan penjualan	Pembaruan produk, pemasaran online
BU	Kerajinan tangan	Sulit memprediksi yang sedang tren di pasar	Omset stabil, cenderung turun	Mengikuti tren pasar, investasi dalam pemasaran online dan pelatihan karyawan
CEI	Kerudung dan Pakaian Muslim	Kurangnya pemahaman tentang pasar, kurangnya strategi pemasaran yang efektif	Penurunan penjualan	Mengikuti tren pasar

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa UMKM yang ada di Kota Pasir Pangaraian dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang baik tentang pasar.

Pemahaman pasar adalah elemen kunci dalam menjalankan bisnis yang sukses, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sayangnya, banyak UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang baik tentang pasar. Pemahaman pasar mencakup pengetahuan tentang berbagai aspek pasar tempat bisnis beroperasi. Ini termasuk pemahaman tentang siapa pelanggan mereka, apa yang mereka inginkan dan butuhkan, bagaimana mereka membuat keputusan pembelian, dan apa yang mungkin mendorong mereka untuk beralih ke produk atau layanan lain. Selain itu, pemahaman pasar juga melibatkan pengetahuan tentang pesaing. Ini termasuk siapa mereka, apa yang mereka tawarkan, bagaimana mereka memposisikan diri mereka di pasar, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan pelanggan. Pemahaman ini dapat membantu bisnis merumuskan strategi yang efektif untuk bersaing di pasar. Pemahaman pasar juga mencakup pemahaman tentang faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis, seperti tren ekonomi, perubahan regulasi, dan perkembangan teknologi. Misalnya, pengetahuan tentang bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk meningkatkan operasi bisnis atau mencapai pelanggan baru bisa sangat berharga.

Banyak UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang baik tentang pasar. Ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor. Misalnya, mereka mungkin tidak memiliki sumber daya atau keahlian untuk melakukan penelitian pasar yang mendalam. Atau, mereka mungkin terlalu fokus pada aspek-aspek operasional bisnis dan kurang memperhatikan dinamika pasar yang lebih luas. Ketidakmampuan untuk memahami pasar dapat memiliki konsekuensi serius bagi UMKM. Misalnya, mereka mungkin merasa sulit untuk menarik pelanggan baru atau mempertahankan yang lama. Mereka mungkin juga merasa sulit untuk bersaing dengan pesaing yang lebih besar atau lebih canggih. Dalam beberapa kasus, mereka mungkin bahkan merasa sulit untuk bertahan hidup. Namun, ada banyak cara bagi UMKM untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pasar. Misalnya, mereka dapat melakukan penelitian pasar sendiri, atau menyewa konsultan atau agen penelitian pasar profesional. Mereka juga dapat mencoba untuk belajar dari pengalaman dan kesalahan mereka sendiri, serta dari pengalaman dan kesalahan orang lain.

Kedua, UMKM yang tidak memiliki strategi adaptasi yang efektif menghadapi dinamika pasar

UMKM sering kali tidak mampu memperbarui produk atau layanan mereka sesuai dengan perubahan pasar, dan mereka sering kali tidak mampu berinvestasi dalam teknologi baru yang dapat membantu mereka meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Fenomena ini di mana banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mungkin tidak memiliki rencana atau pendekatan yang dirancang untuk menghadapi perubahan atau tantangan dalam lingkungan bisnis mereka. Strategi adaptasi adalah rencana aksi yang dirancang untuk memungkinkan bisnis untuk merespons dan bertahan hidup dalam lingkungan yang berubah-ubah. Ini bisa mencakup berbagai taktik dan pendekatan, mulai dari perubahan produk atau layanan, penyesuaian model bisnis, hingga transformasi digital. Strategi ini akan membantu mereka merespons perubahan dan tantangan dengan lebih cepat

dan efektif, memungkinkan mereka untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan berubah-ubah.

Ketiga, UMKM yang tidak memiliki akses ke pendanaan yang cukup.

Tantangan yang dihadapi oleh banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah dalam mengakses modal atau pendanaan yang cukup untuk mendukung operasi dan pertumbuhan bisnis mereka, serta bagaimana hal ini berhubungan dengan perubahan dan tren di pasar. Kurangnya akses ke pendanaan yang cukup dapat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan dinamika pasar. Pasar adalah lingkungan yang berubah-ubah, dengan tren konsumen, teknologi, dan kompetisi yang terus berkembang. Untuk tetap relevan dan kompetitif, bisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini. Namun, adaptasi ini seringkali membutuhkan investasi, baik dalam bentuk waktu, tenaga kerja, atau modal. Misalnya, jika tren baru muncul di pasar, UMKM mungkin perlu merancang dan meluncurkan produk atau layanan baru untuk memenuhi permintaan konsumen. Atau, jika pesaing baru memasuki pasar, mereka mungkin perlu berinvestasi dalam pemasaran atau penelitian dan pengembangan untuk mempertahankan posisi mereka. Namun, jika UMKM tidak memiliki akses ke pendanaan yang cukup, mereka mungkin tidak mampu melakukan investasi ini. Akibatnya, mereka mungkin kesulitan untuk beradaptasi dengan perubahan di pasar, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi penjualan dan pertumbuhan mereka.

Penelitian terdahulu tentang dinamika pasar dan dampaknya terhadap kegagalan bisnis UMKM yaitu sebuah studi yang menganalisis dampak kegagalan bisnis terhadap individu dan bagaimana mereka mengembangkan usaha baru, mengubah perilaku dan praktik bisnis mereka setelah kegagalan, dan bagaimana kegagalan sebelumnya mempengaruhi keputusan individu untuk memulai usaha baru (Dias & Teixeira, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi dapat diberikan. *Pertama*, UMKM perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang pasar dan perlu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Mereka perlu melakukan penelitian pasar yang lebih baik dan perlu mengembangkan strategi adaptasi yang lebih efektif. *Kedua*, UMKM perlu mencari cara untuk mendapatkan akses ke pendanaan yang lebih baik. Mereka perlu mencari sumber pendanaan alternatif dan perlu mengembangkan rencana bisnis yang lebih solid untuk menarik investor. *Ketiga*, pemerintah dan pihak swasta perlu memberikan lebih banyak dukungan dan bantuan kepada UMKM. Mereka perlu mengembangkan program dan kebijakan yang lebih efektif untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang pasar, strategi adaptasi yang efektif, akses ke pendanaan yang cukup, dan dukungan dan bantuan yang memadai adalah faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Oleh karena itu, pemilik UMKM, pemerintah, dan pihak swasta

perlu bekerja sama untuk mengatasi tantangan ini dan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Yamak, S., Korzhenitskaya, A., Rahimi, R., & McClellan, J. (2023). Sustainable development: The role of sustainability committees in achieving ESG targets. *Business Strategy and the Environment*, October 2022, 1–19. <https://doi.org/10.1002/bse.3596>
- Dias, A., & Teixeira, A. A. C. (2017). The anatomy of business failure. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2017-001>
- Dubey, U. K. B., & Kothari, D. P. (2022). *Research Methodology Techniques and Trends*. CRC Press.
- Escolar-Llamazares, M. C., Luis-Rico, I., de la Torre-Cruz, T., Herrero, Álvaro, Jiménez, A., Palmero-Cámara, C., & Jiménez-Eguizábal, A. (2019). The socio-educational, psychological and family-related antecedents of entrepreneurial intentions among Spanish Youth. *Sustainability (Switzerland)*, 11(5), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su11051252>
- Giesler, M., & Fischer, E. (2017). Market system dynamics. In *Marketing Theory* (Vol. 17, Issue 1, pp. 3–8). SAGE Publications Sage UK: London, England.
- Hyder, S., & Lussier, R. N. (2016). Why businesses succeed or fail: a study on small businesses in Pakistan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(1), 82–100.
- Liu, Y., & Wang, M. (2022). Entrepreneurial orientation, new product development and firm performance: the moderating role of legitimacy in Chinese high-tech SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 25(1), 130–149. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2020-0204>
- Marom, S., & Lussier, R. N. (2014). A business success versus failure prediction model for small businesses in Israel. *Business and Economic Research*, 4(2), 63.
- Pattanayak, S., & Kakati, M. (2023). An empirical study on entrepreneurial traits and their impact on enterprise success. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 20(2), 277–291. <https://doi.org/10.1108/xjm-09-2021-0249>
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: a skill-building approach. In *John Wiley & Sons* (Seventh ed). John Wiley & Sons Ltd. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C. L., & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in china: Integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/su13084519>
- Vigfússon, K., Jóhannsdóttir, L., & Ólafsson, S. (2021). Obstacles to strategy implementation and success factors: A review of empirical literature. *Strategic Management*, 26(2), 12–30. <https://doi.org/10.5937/straman2102012v>

- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(1), 1–14.
- Yu, T., Khalid, N., & Ahmed, U. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention among foreigners in Kazakhstan. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13), 1–33. <https://doi.org/10.3390/su13137066>
- Zammel, M., & Khoufi, W. (2016). Arabian Journal of Business and The Causes of Tunisian SME Failure. *Arabian J Bus Manag Review*, 6(6), 1–9. <https://doi.org/10.4172/2223-5833.1000274>
- Zhang, K. (2023). Social Entrepreneurs, Market Dynamics, and Social Enterprise Innovation: An Empirical Study Based on the Global Entrepreneurship Monitor. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01446-y>