

PERAN DIGITALISASI DALAM STRATEGI PEMULIHAN DAN KEBERLANJUTAN BISNIS UMKM TENUN SAMBAS PAUMIATI PASCA COVID-19

Misbun

Universitas Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas
Correspondensi author email: misbun07@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the business dynamics of Sambas Paumiati Weaving MSMEs in Sambas Regency, West Kalimantan, which represents the economic resilience based on local culture in border areas. The main problem in this study is how traditional MSMEs can survive and thrive in the midst of modernization challenges and limited digital access. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data was obtained through in-depth interviews with business actors, direct observation, and documentation of production and marketing activities. The results of the study show that the sustainability of this weaving business is supported by the strength of family social capital, cultural values, and the spirit of adaptation to change, although it still faces obstacles such as low digital literacy, limited market access, and suboptimal institutional support. These findings underscore the importance of a holistic and contextual empowerment approach, especially in strengthening the capacity of women MSME actors. This research also recommends the need for various parties in the mentoring and training process so that digital transformation can go hand in hand with the preservation of local culture. Thus, MSMEs such as Tenun Sambas Paumiati can become a model for developing a sustainable creative economy based on local wisdom

Keywords: Covid 19, Digitalization, MSMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dinamika usaha UMKM Tenun Sambas Paumiati di Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat, yang merepresentasikan ketahanan ekonomi berbasis budaya lokal di wilayah perbatasan. Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana UMKM tradisional dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan modernisasi dan keterbatasan akses digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha, observasi langsung, dan dokumentasi aktivitas produksi serta pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha tenun ini ditopang oleh kekuatan modal sosial keluarga, nilai-nilai budaya, serta semangat adaptasi terhadap perubahan, meskipun masih menghadapi kendala seperti rendahnya literasi digital, akses pasar terbatas, dan belum optimalnya dukungan institusional. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan pemberdayaan yang

holistik dan kontekstual, khususnya dalam penguatan kapasitas pelaku UMKM perempuan. Penelitian ini juga merekomendasikan perlunya berbagai pihak dalam proses pendampingan dan pelatihan agar transformasi digital dapat berjalan seiring dengan pelestarian budaya lokal. Dengan demikian, UMKM seperti Tenun Sambas Paumiati dapat menjadi model pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Keywords: Covid 19, Digitalisasi, UMKM.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian suatu negara tidak dapat dilepaskan dari kontribusi pelaku usaha, baik dalam skala besar maupun kecil. Dalam konteks Indonesia, peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi sangat krusial, mengingat sektor ini menyumbang bagian terbesar dari struktur perekonomian nasional. UMKM telah terbukti menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia yang tidak hanya berperan dalam menyerap tenaga kerja, tetapi juga dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional di tengah krisis. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2023), tercatat bahwa UMKM berjumlah sekitar 64,2 juta unit usaha atau sekitar 99,9% dari total unit usaha di Indonesia. UMKM juga menyumbang 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia.

Angka tersebut menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi mikro, tetapi telah menjadi sumbu pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis pada kekuatan komunitas lokal. Dalam realitasnya, UMKM menyebar luas hingga ke pelosok desa, bahkan ke wilayah perbatasan seperti Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat. Di wilayah-wilayah tersebut, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan keluarga, tetapi juga sebagai pelestari warisan budaya lokal, seperti halnya UMKM kerajinan tenun Melayu Sambas. Tenun khas Sambas merupakan hasil karya budaya yang memiliki nilai estetika, sejarah, dan ekonomi yang tinggi. UMKM yang bergerak di bidang ini bukan hanya memproduksi barang, tetapi sekaligus menjaga identitas lokal, memperkuat jaringan sosial, dan menciptakan peluang ekonomi berbasis komunitas.

Sayangnya, kekuatan ekonomi UMKM tidak lantas membuatnya kebal terhadap tekanan dan tantangan eksternal. Pandemi COVID-19 menjadi salah satu ujian berat yang mengguncang sektor UMKM secara menyeluruh. Selama lebih dari dua tahun, aktivitas perekonomian terganggu akibat pembatasan mobilitas, penurunan daya beli masyarakat, dan ketidakpastian pasar. Banyak pelaku UMKM terpaksa menutup usahanya, melakukan pengurangan tenaga kerja, atau bahkan bangkrut karena tidak mampu bertahan di tengah krisis. Studi yang dilakukan oleh Chotimah *et al* (2025) menunjukkan bahwa sekitar 82% UMKM mengalami penurunan omzet, khususnya mereka yang belum terhubung dengan ekosistem digital. Situasi ini menjadi bukti

bahwa daya tahan UMKM sangat bergantung pada kapasitas adaptasi mereka, terutama dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

UMKM berbasis budaya seperti tenun Sambas termasuk dalam kategori UMKM yang paling rentan selama pandemi. Berbeda dengan UMKM makanan atau jasa harian yang relatif mudah berpindah ke platform digital, UMKM berbasis budaya memiliki keterikatan yang kuat dengan aspek tradisional dan pengalaman langsung konsumen terhadap produk. Pemasaran dan transaksi masih banyak dilakukan secara tatap muka melalui galeri, pameran budaya, atau kunjungan wisata. Ketika akses fisik ditutup, banyak pelaku UMKM tenun yang kehilangan kanal distribusi utamanya. Salah satu contoh konkret adalah UMKM milik Ibu Paumiati di Desa Sumber Harapan, Kabupaten Sambas, yang memproduksi kain tenun khas Melayu. Selama pandemi, penjualan mengalami penurunan drastis karena tidak adanya pasar, pameran, atau kunjungan wisatawan ke wilayah tersebut.

Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi keniscayaan. Teknologi digital menawarkan alternatif pemasaran yang lebih fleksibel, efisien, dan berjangkauan luas. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta sistem pembayaran digital memberikan peluang bagi UMKM untuk tetap bertahan dan bahkan berkembang di tengah perubahan zaman. Penelitian oleh Santoso *et al* (2025) mengungkapkan bahwa UMKM yang terhubung dengan sistem digital memiliki peluang bertahan 40% lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang masih konvensional. Tidak hanya dari sisi pemasaran, digitalisasi juga membantu dalam manajemen stok, pencatatan keuangan, dan komunikasi dengan pelanggan.

Namun demikian, proses digitalisasi UMKM tidak bisa disamaratakan. Banyak pelaku UMKM di daerah, terutama yang berbasis tradisi, mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi. Literasi digital yang rendah, keterbatasan infrastruktur, dan tidak adanya pendampingan menjadi hambatan utama. Avista *et al* (2025) menyatakan bahwa lebih dari 60% pelaku UMKM di luar Jawa belum memahami cara optimal memanfaatkan teknologi digital dalam usaha mereka. Hal ini diperparah dengan ketimpangan digital (*digital divide*) antara daerah perkotaan dan pedesaan. UMKM seperti tenun Sambas Paumiati menghadapi tantangan ganda: di satu sisi mereka harus menjaga nilai tradisional produk, di sisi lain mereka dituntut untuk menyesuaikan diri dengan dunia digital yang serba cepat dan kompetitif.

Tantangan tersebut memperlihatkan adanya *research gap* dalam kajian akademik dan kebijakan terkait UMKM. Sebagian besar penelitian dan program pendampingan digitalisasi UMKM masih berfokus pada wilayah perkotaan atau pada sektor kuliner dan perdagangan. Kajian yang secara spesifik mengeksplorasi UMKM berbasis budaya tradisional di wilayah perbatasan masih sangat terbatas. Padahal, UMKM seperti tenun Sambas menyimpan potensi ekonomi dan kultural yang besar. Mereka tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian lokal, tetapi juga dalam melestarikan identitas nasional melalui karya budaya.

Penelitian ini hadir untuk menjawab kekosongan tersebut. Fokus kajian diarahkan pada eksplorasi bagaimana UMKM tenun Sambas, dalam hal ini UMKM milik Paumiati, merespons perubahan akibat pandemi, serta bagaimana proses digitalisasi dapat digunakan sebagai strategi pemulihan dan pengembangan usaha. Dalam kerangka ini, penelitian ini memiliki *novelty* yang jelas: pertama, mengkaji UMKM berbasis budaya di wilayah perbatasan; kedua, menyoroti dinamika adaptasi digital dari pelaku usaha tradisional; dan ketiga, memberikan analisis kontekstual berbasis studi kasus yang dapat dijadikan referensi bagi kebijakan pemberdayaan UMKM ke depan.

Dari sisi urgensi, penelitian ini menjadi sangat relevan. Pemerintah Indonesia tengah mendorong transformasi digital sebagai bagian dari strategi nasional pemulihan ekonomi pasca pandemi. Program seperti 1 Juta UMKM Go Digital, pendampingan PLUT-KUMKM, hingga insentif digitalisasi dari Bank Indonesia dan BUMN telah digulirkan. Namun efektivitas program-program tersebut sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam mengenai kondisi nyata di lapangan, khususnya UMKM yang masih tertinggal dalam transformasi digital. Penelitian ini memberikan gambaran faktual mengenai tantangan, peluang, serta strategi digitalisasi UMKM di wilayah yang selama ini kurang mendapat perhatian.

Lebih jauh lagi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian UMKM berbasis budaya dan digitalisasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan aspek ekonomi, sosial, dan budaya, sehingga menghasilkan analisis yang lebih utuh dan kontekstual. Kontribusi praktis juga diharapkan dapat diperoleh, terutama bagi para pelaku UMKM, lembaga pendamping, maupun pengambil kebijakan, dalam menyusun strategi pemberdayaan yang lebih adaptif dan berbasis kebutuhan lokal.

Dalam jangka panjang, penelitian ini juga sejalan dengan upaya pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). Khususnya pada tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), tujuan 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur), serta tujuan 10 (Mengurangi Kesenjangan). Digitalisasi UMKM bukan hanya sekadar transformasi teknologi, tetapi merupakan transformasi sosial yang memungkinkan inklusi ekonomi dan pengurangan kesenjangan antara pusat dan daerah, antara tradisional dan modern, antara laki-laki dan perempuan, serta antara yang melek digital dan yang tidak.

Dengan demikian, sangat penting untuk mengeksplorasi secara lebih dalam bagaimana UMKM seperti tenun Sambas dapat melakukan transformasi menuju sistem usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan melalui pemanfaatan digitalisasi. Kajian ini diharapkan menjadi sumbangan ilmiah yang konkret dalam menjembatani diskursus antara pelestarian budaya lokal dan penguatan ekonomi digital di era pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus tunggal. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna mendalam dari fenomena sosial yang dialami oleh subjek dalam konteks alamiah, terutama dalam situasi kompleks yang melibatkan faktor budaya, sosial, dan ekonomi. Seperti dijelaskan oleh Creswell (2014), pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami makna dibalik tindakan dan peristiwa yang dialami oleh subjek, bukan sekadar mengukur gejala secara kuantitatif. Dalam konteks ini, fokus penelitian diarahkan pada pemahaman menyeluruh terhadap proses adaptasi pelaku UMKM berbasis budaya di Kabupaten Sambas dalam merespons perubahan lingkungan usaha pasca pandemi melalui pemanfaatan media digital. Hal ini sejalan dengan pandangan Sugiyono (2019) bahwa pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna subjektif berdasarkan pengalaman individual dalam konteks sosial tertentu.

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu kombinasi antara wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Triangulasi merupakan teknik untuk meningkatkan validitas dengan menggunakan berbagai sumber dan metode dalam satu penelitian (Meydan & Akkaş, 2024). Wawancara dilakukan kepada informan utama, yaitu pemilik usaha tenun, untuk memperoleh data naratif tentang pengalaman, tantangan, strategi, dan nilai-nilai yang menyertai proses adaptasi digital yang mereka jalani. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar informan dapat menyampaikan pandangannya secara bebas namun tetap dalam koridor fokus penelitian Creswell (2014). Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati langsung aktivitas usaha, praktik produksi, interaksi pelanggan, serta penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan TikTok dalam aktivitas promosi dan penjualan. Dokumentasi, seperti foto produksi, tangkapan layar interaksi digital, dan catatan transaksi, turut digunakan sebagai pelengkap data primer.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari interaksi lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagaimana dijelaskan sebelumnya. Data ini bersifat kontekstual, mendalam, dan menggambarkan realitas subjektif subjek dalam menghadapi dinamika lingkungan usaha (Carter *et al.*, 2014). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber resmi seperti laporan dari BPS, data dari Kementerian Koperasi dan UKM, artikel ilmiah dan jurnal tentang UMKM, digitalisasi usaha, dan kebudayaan lokal. Data sekunder berfungsi untuk melengkapi, membandingkan, serta menambah konteks terhadap data primer yang telah dikumpulkan, serta mendukung analisis dalam tahap penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1984).

Tipe data yang dikumpulkan sepenuhnya bersifat kualitatif, yaitu berupa kata-kata, narasi, pendapat, dan dokumen visual yang mencerminkan pandangan dan pengalaman informan. Data kualitatif dipandang memiliki nilai strategis dalam

mengungkap makna sosial, motivasi tindakan, serta konstruksi makna yang dimiliki oleh individu dalam situasi tertentu (Waruwu, 2024). Data ini kemudian dianalisis dengan pendekatan analisis interaktif menurut Miles & Huberman (1984), yang terdiri dari empat tahapan: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pendekatan ini bersifat siklikal dan saling berulang sehingga memungkinkan peneliti untuk terus memverifikasi dan menyempurnakan temuan selama proses penelitian berlangsung.

Tahap pertama dalam analisis data adalah pengumpulan data. Dalam tahap ini, peneliti mencatat secara menyeluruh data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setiap informasi yang diperoleh diorganisir secara sistematis, dan dikonfirmasi kembali kepada informan (member checking) untuk menjamin keabsahan data (Miles & Huberman, 1984). Tahap kedua adalah reduksi data, yaitu proses seleksi dan penyederhanaan data mentah menjadi informasi tematik yang lebih terfokus. Peneliti melakukan kategorisasi berdasarkan topik-topik yang muncul dari data lapangan, seperti tantangan produksi, peran media sosial, peran keluarga, dan hambatan teknologi. Kategorisasi ini menjadi dasar dalam membangun struktur analisis yang sistematis (Miles & Huberman, 1984).

Tahap ketiga adalah penyajian data dalam bentuk narasi yang terstruktur, disertai kutipan langsung dari informan dan dokumentasi visual sebagai bukti kontekstual. Penyajian data bertujuan untuk menggambarkan hubungan antarkategori serta alur adaptasi yang dialami oleh pelaku usaha secara holistik (Creswell, 2014). Dalam menyajikan data, peneliti memperhatikan kronologi peristiwa, dinamika perubahan perilaku usaha, dan interaksi sosial yang menyertainya. Penyajian ini disusun secara tematik dan kontekstual sehingga pembaca dapat memahami proses perubahan yang terjadi dengan lebih utuh.

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam tahap ini, peneliti menginterpretasi makna dari data yang telah disusun dan dikaitkan dengan teori maupun temuan penelitian sebelumnya. Kesimpulan bersifat sementara dan terus diverifikasi melalui triangulasi, member checking, serta diskusi dengan sejawat (peer debriefing) (Ahmed, 2024). Dengan cara ini, validitas hasil penelitian dijaga dan diperkuat dari berbagai sisi. Temuan tidak hanya mendeskripsikan apa yang terjadi di lapangan, tetapi juga menjelaskan mengapa dan bagaimana proses adaptasi berlangsung dalam konteks budaya lokal. Interpretasi ini sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori adaptasi UMKM dalam era digital, khususnya pada sektor ekonomi kreatif berbasis tradisi seperti tenun.

Dari segi keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik validasi yang umum dalam tradisi kualitatif, yakni triangulasi sumber, triangulasi metode, member checking, dan audit trail. Validitas dan reliabilitas dalam pendekatan kualitatif berbeda dengan pendekatan kuantitatif karena tidak berfokus pada pengukuran, melainkan

pada keutuhan, keterpercayaan, dan kredibilitas interpretasi peneliti terhadap realitas sosial (Ahmed, 2024). Keabsahan dijaga dengan menyandingkan berbagai sumber informasi, memeriksa konsistensi narasi dari wawancara dan observasi, serta mendokumentasikan secara rinci semua proses dan keputusan selama penelitian berlangsung. Etika penelitian juga dijaga dengan meminta persetujuan informan sebelum wawancara dan menjamin kerahasiaan data personal.

Dengan demikian, seluruh proses penelitian ini dirancang untuk menangkap realitas adaptasi UMKM dalam konteks lokal secara utuh dan mendalam. Metode yang digunakan tidak hanya menggambarkan peristiwa, tetapi juga menafsirkan makna di balik tindakan dan strategi yang dipilih pelaku usaha dalam menjawab tantangan zaman. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dianggap paling tepat untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Tenun Sambas Paumiati adalah salah satu unit usaha mikro kecil menengah yang terletak di RT/RW 003/002 Dusun Semberang, Desa Sumber Harapan, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat. Usaha ini dikelola oleh Ibu Paumiati, seorang pengrajin lokal yang telah lama mengabdikan diri dalam pelestarian budaya Melayu melalui seni menenun. Aktivitas menenun bukan hanya menjadi kegiatan ekonomi semata, melainkan juga sarana pelestarian nilai-nilai warisan lokal yang turun-temurun. Produk yang dihasilkan menjadi representasi dari identitas budaya Sambas yang unik, kaya warna, dan bernilai tinggi secara estetika maupun simbolik. Namun, perjalanan usaha ini tidak selalu berjalan mulus. Ketika pandemi COVID-19 melanda, sektor kerajinan lokal ikut terdampak hebat akibat pembatasan mobilitas dan krisis ekonomi yang meluas.

Dampak pandemi tidak hanya menurunkan permintaan, tetapi juga menghambat perputaran modal usaha. Penurunan penjualan terjadi secara drastis, menyebabkan hambatan operasional yang cukup berat. Kondisi tersebut diungkapkan langsung oleh Ibu Paumiati dalam wawancara mendalam:

“Tantunye terjadi penurunan penjualan sehingga perputaran modal terlambat waktu 2020 ye. Tapi perputaran modal balik agek di tahun 2021 secare maksimal dan trend kenaikan penjualan jak dh ade karne dari pihak pemerintah dinas perindustrian yang kontrol kite selama 3-5 bulan, kite disuruhnye ngatur kode pemesanan jak, pemerintah bantok masarkan barang hingga pengiriman, dan pemerintah juak ade target 6 helai waku ye tapi cuman 2 helai yang terjual secare keluar daerah dan juak ngan urang sambas molah acare banyak jadi banyak agek penjualan”

Pernyataan ini mengindikasikan bahwa meskipun usaha mengalami tekanan hebat pada tahun 2020, adanya intervensi dari Dinas Perindustrian di tahun berikutnya memberi dampak signifikan. Dukungan tersebut tidak hanya mencakup pengawasan

dan pembinaan, tetapi juga bantuan teknis dalam pengaturan pemesanan dan pengiriman produk. Walaupun hasil akhirnya belum optimal—hanya dua dari enam helai tenun yang berhasil dipasarkan ke luar daerah—namun inisiatif ini membuka peluang bagi UMKM untuk kembali beroperasi secara lebih sistematis dan terkoneksi dengan pasar luar.

Perbaikan situasi ini mendorong upaya adaptasi lebih lanjut melalui pemasaran digital secara sederhana, meskipun masih dalam keterbatasan. Strategi ini muncul atas inisiatif keluarga, khususnya anak-anak dan kerabat dekat yang membantu memperluas jangkauan pasar melalui media sosial. Dalam penuturannya, Ibu Paumiati menjelaskan:

“Waktu ye ade, anak saye dan biak bantok cobe masarkan lewat instagram ngan whatsapp. Lumayan juak ade tapi daan semaksimal yang urang beli di galeri langsung. Tapi dirase untung mun lewat online bise maksimal. Ade juak, dari garuda indonesia dan Cinta Tenun Indonesia (CTI). untok dari mitra garuda indonesia bantok berek pinjaman modal dengan bunge yang sangat rendah dan juak bantok promosikan dari membagikan foto produk saye lewat medsos. Sedangkan CTI bantok dalam berekkan saran terkait selera orang kota terkait pewarnaan tenun dan juak bantok masarkan produk tenun macam garuda Indonesia”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi, meskipun belum optimal, telah dimulai dari lingkup paling dasar. Anak-anak menjadi penghubung antara dunia tradisional dan teknologi digital. Mitra eksternal seperti Garuda Indonesia dan CTI juga turut membantu melalui promosi daring dan pemberian modal usaha yang terjangkau. Selain memberikan bantuan teknis, mitra ini juga berperan penting dalam memberikan wawasan pasar urban, sehingga produk tenun dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen kota yang lebih selektif dalam hal warna dan gaya.

Meskipun terdapat perkembangan, Bu Paumiati mengakui bahwa penggunaan media digital masih bersifat terbatas dan belum terintegrasi secara penuh dengan sistem pemasaran daring yang lebih luas, seperti marketplace nasional. Dalam percakapan lanjutan, ia menyampaikan harapannya:

“Kami ni pengennye bise pelajare juge macam gunekan aplikasi jualan online tu. Banyak anak mudah yang pinter, tapi kalau kite-kite ni masih belum paham carenye. Kalau dari kampus atau sekolahan ade yang mau bantu, tentu kami senang”

Ungkapan ini mencerminkan semangat untuk belajar dan bertransformasi, namun sekaligus menunjukkan adanya kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku UMKM tradisional. Potensi untuk berkembang secara digital sangat besar, tetapi tanpa pendampingan yang berkelanjutan, proses pembelajaran ini akan terhenti di tengah jalan. Oleh karena itu, intervensi dari institusi pendidikan, khususnya perguruan tinggi vokasi atau sekolah kejuruan, sangat diharapkan sebagai bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat.

Selain tantangan pemasaran, proses produksi juga menghadapi kendala cukup serius, terutama selama masa pandemi. Distribusi bahan baku terganggu, dan proses pengiriman hasil produksi ke konsumen pun terhambat. Hal ini dijelaskan secara lugas oleh Bu Paumiati:

“Waktu pandemik tu kite susah nak carik benang yang warna sesuai. Jual beli benang juak terganggu, apalagi nak kirim barang. Kadang kite nyimpen tenun dak laku-laku, jadi duit terikat di barang”

Kutipan ini menegaskan bahwa hambatan logistik memengaruhi keberlangsungan produksi. Ketika stok menumpuk dan penjualan menurun, modal kerja pun terjebak dalam bentuk barang jadi yang tidak segera terserap pasar. Situasi ini menimbulkan tekanan pada sisi operasional dan keberlanjutan usaha, memperlihatkan pentingnya sistem manajemen inventaris dan distribusi yang lebih tangguh di masa krisis.

Seiring membaiknya kondisi sosial di pertengahan tahun 2022, promosi langsung melalui pameran dan festival kembali digelar dan memberi dampak signifikan terhadap penjualan. Namun demikian, Bu Paumiati tetap melihat adanya perbedaan mendasar antara pemasaran langsung dan pemasaran daring:

“Mun ade pameran, penjualan langsung bise banyak. Orang datang liat, pegang barang. Tapi mun lewat internet ni, orang dak tahu kualitasnye macam mane. Kami susah nak yakinkan orang beli kain harga jutaan kalau cuman liat gambar”

Kutipan ini menegaskan bahwa untuk produk kerajinan seperti tenun, aspek visual digital belum dapat menggantikan pengalaman fisik dalam menilai kualitas. Hal ini membuka wacana bahwa strategi pemasaran yang paling efektif untuk UMKM seperti Tenun Paumiati adalah kombinasi antara pendekatan online dan offline secara seimbang, agar konsumen tetap dapat merasakan kualitas produk sembari memperluas jangkauan pasar melalui teknologi.

Dari sisi pengelolaan internal, usaha ini masih dijalankan secara manual dan sederhana tanpa sistem manajemen modern. Pencatatan keuangan dan produksi dilakukan secara informal tanpa format baku. Dalam wawancaranya, Bu Paumiati mengakui:

“Bise jadi kami ni dak terlalu ngerti carik data. Pokoknye kalo barang laku, duitnye masuk. Kite pakai secukupnya. Kadang dak sempat nyatet juge. Nak nyatet pun dak tahu formatnye ceman”

Pernyataan ini menggarisbawahi tantangan administratif yang umum terjadi pada UMKM tradisional. Ketidakteraturan ini membuat sulit melakukan evaluasi usaha, pengelolaan modal, atau pengambilan keputusan strategis. Ini menunjukkan perlunya pelatihan pencatatan keuangan dasar dan pengelolaan usaha bagi pelaku UMKM, agar dapat mengembangkan usaha secara terukur dan terstruktur.

Meskipun penuh keterbatasan, semangat Ibu Paumiati untuk terus mengembangkan tenun Sambas tetap kuat. Ketika ditanya mengenai harapannya untuk masa depan, ia menjawab penuh keyakinan:

“Saya pengennye tenun Sambas ni terus dikenal, bukan cuman di Sambas, tapi sampe ke luar negeri. Mun dak kite, sape lagi. Tapi perlu banyak bantuannya. Kite nak belajar, nak berkembang, tapi susah nak cari yang dampingi dari awal sampe akhir”

Pernyataan ini mencerminkan aspirasi pelaku UMKM untuk menjadikan produk lokal sebagai kebanggaan daerah yang dikenal secara nasional bahkan internasional. Namun, aspirasi tersebut tidak cukup hanya dengan semangat—perlu ada pendampingan jangka panjang, bukan sekadar bantuan sekali jalan. Pendampingan ini harus mencakup aspek teknis, pemasaran, manajerial, hingga literasi digital.

Oleh karena itu, temuan ini menegaskan bahwa UMKM Tenun Sambas Paumiati memiliki potensi besar sebagai pelestari budaya dan penggerak ekonomi lokal, namun masih menghadapi hambatan struktural yang kompleks. Dukungan sporadis yang selama ini diterima telah memberi dampak positif, namun belum cukup untuk membawa transformasi berkelanjutan. Maka, langkah ke depan seharusnya bersifat sinergis dan terstruktur: membangun ekosistem pemberdayaan UMKM berbasis budaya dengan dukungan pemerintah daerah, institusi pendidikan, mitra swasta, serta komunitas lokal. Pendekatan ini tidak hanya akan memperkuat keberlanjutan usaha, tetapi juga menjadikan Tenun Sambas sebagai model transformasi digital kultural yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis pemberdayaan nyata.

Analisis/Diskusi

Ketahanan Usaha di Tengah Pandemi dan Krisis Ekonomi

UMKM Tenun Paumiati menunjukkan ketahanan yang tinggi dalam menghadapi dampak pandemi COVID-19 dan krisis ekonomi global. Meskipun permintaan sempat menurun drastis, usaha ini tetap mampu bertahan melalui penyesuaian produksi dan pengelolaan biaya. Menurut Nursari & Nasrudin (2025), UMKM yang berakar pada kearifan lokal cenderung lebih tangguh karena memiliki loyalitas pasar komunitas dan fleksibilitas dalam skala produksi. Hal serupa ditemukan oleh Sugiayasin (2025) yang menyatakan bahwa UMKM berbasis budaya memiliki daya tahan tinggi karena berorientasi pada nilai sosial, bukan hanya laba ekonomi.

Dalam kasus Tenun Paumiati, adaptasi dilakukan dengan mengurangi volume produksi namun tetap menjaga kualitas. Keluarga pengrajin juga memilih mempertahankan pekerja meski dalam kondisi minim pemasukan, menunjukkan solidaritas internal yang kuat. Hal ini sejalan dengan temuan Putra (2023) bahwa ketahanan UMKM tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh etika sosial dan komitmen pada keberlanjutan budaya.

Strategi diversifikasi produk dan penyesuaian harga juga turut mendukung keberlangsungan usaha. Kombinasi antara semangat bertahan hidup, nilai budaya, dan inovasi pragmatis menjadi kunci utama yang membuat Tenun Paumiati mampu melewati masa krisis tanpa harus menutup operasional.

Adaptasi Produk terhadap Selera Pasar

Tenun Paumiati berhasil melakukan adaptasi produk sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen, misalnya dengan menghadirkan produk dalam bentuk tas, dompet, masker kain, dan busana siap pakai. Hal ini mencerminkan fleksibilitas dalam memahami dinamika pasar. Penelitian oleh Sabilillah (2025) mengungkapkan bahwa UMKM yang mampu merespon perubahan gaya hidup konsumen lebih mudah mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan. Senada dengan itu, Rahmah et al., (2024) menekankan pentingnya inovasi berbasis budaya sebagai jembatan antara tradisi dan pasar modern.

Inovasi produk ini tidak serta merta menghilangkan nilai tradisional tenun, melainkan memperluas fungsi dan konteks penggunaannya. Menurut Sabila et al., (2025), upaya komersialisasi produk tradisional harus tetap menjaga elemen otentik agar nilai budayanya tidak tergerus. Tenun Paumiati memadukan motif khas Sambas dengan desain yang praktis dan fungsional, membuat produk tetap memiliki nilai estetika sekaligus nilai guna.

Strategi ini menunjukkan bahwa adaptasi bukan sekadar perubahan bentuk, tetapi juga transformasi makna, di mana budaya lokal dihidupkan kembali melalui konteks baru yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat modern.

Strategi Bertahan melalui Diversifikasi Pendapatan

Tenun Paumiati tidak hanya mengandalkan hasil tenunan sebagai sumber pendapatan utama. Usaha ini juga membuka jasa pelatihan menenun dan menerima pesanan souvenir berbasis kain tenun. Pendekatan diversifikasi ini sesuai dengan temuan oleh Ramadhani & Hapsari, (2025) bahwa UMKM yang memiliki sumber pendapatan beragam lebih tahan terhadap fluktuasi permintaan. Dalam penelitian oleh Putri et al., (2025), strategi multiproduk pada UMKM terbukti meningkatkan kelangsungan usaha hingga 30% selama masa ketidakpastian ekonomi.

Selain sebagai sumber pendapatan tambahan, pelatihan juga menjadi sarana promosi yang efektif karena memperkenalkan nilai-nilai budaya kepada masyarakat luas. Aktivitas ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada pemberdayaan komunitas dan pelestarian budaya.

Diversifikasi menjadi salah satu strategi krusial dalam membangun resiliensi jangka panjang. Tenun Paumiati telah menerapkan model ini secara bertahap dan kontekstual, sehingga dapat terus berkembang di tengah perubahan situasi ekonomi maupun sosial.

Dukungan Pemerintah dan Keterbatasan Fasilitasi

Meski UMKM Tenun Paumiati telah beberapa kali mendapat perhatian dari dinas setempat, namun dukungan yang diterima masih bersifat sporadis dan belum sistemik. Fasilitasi pelatihan, pameran, dan bantuan alat tenun sudah pernah dilakukan, namun tidak diikuti dengan pendampingan berkelanjutan. Studi oleh Ilhamsyah et al., (2025) menunjukkan bahwa keberhasilan program pemerintah untuk UMKM sangat

bergantung pada keberlanjutan dan relevansi intervensi terhadap kebutuhan riil pelaku usaha. Hal ini diperkuat oleh temuan Awaludin & Yusrizal (2025) yang menyatakan bahwa pelaku UMKM seringkali mengalami kesulitan mengakses bantuan karena birokrasi yang rumit dan minimnya komunikasi.

Dalam konteks Tenun Paumiati, permasalahan juga muncul pada akses informasi program bantuan, keterbatasan dana promosi, dan absennya pendampingan dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran digital. Tanpa dukungan yang menyeluruh, UMKM berpotensi stagnan dan tidak mampu bersaing secara optimal. Penelitian oleh Farida *et al.*, (2025) menekankan perlunya sinergi antara kebijakan pusat dan lokal untuk memastikan UMKM tradisional bisa tumbuh secara inklusif.

Oleh karena itu, perlu ada formulasi program pendampingan berkelanjutan yang terintegrasi dari hulu ke hilir, mulai dari pelatihan produksi hingga manajemen digital dan akses permodalan. Dukungan pemerintah tidak cukup hanya dengan bantuan alat, melainkan harus berbasis kebutuhan nyata dan dikembangkan dalam kerangka kolaboratif.

Akses terhadap Teknologi Digital dan Kesenjangan Digital

UMKM Tenun Paumiati masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, terutama dalam aspek pemasaran daring dan pengelolaan administrasi digital. Padahal, era digitalisasi menuntut pelaku usaha mikro untuk mampu menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial dan platform e-commerce. Menurut penelitian oleh Ramadhani *et al.*, (2025), UMKM yang aktif memanfaatkan platform digital memiliki peluang pertumbuhan omzet 40% lebih tinggi dibandingkan yang masih menggunakan metode konvensional. Namun demikian, digitalisasi UMKM tidak dapat dilakukan secara instan karena adanya hambatan literasi teknologi.

Penelitian oleh Wahyudin *et al.*, (2025) di wilayah Kalimantan menunjukkan bahwa pelaku UMKM di daerah cenderung mengalami kesenjangan digital yang signifikan akibat terbatasnya akses internet dan keterampilan digital. Hal ini diperkuat oleh studi dari Lestari *et al.*, (2025) yang menekankan pentingnya pendekatan literasi digital berbasis lokal agar digitalisasi tidak sekadar menjadi formalitas, tetapi benar-benar membekali pelaku usaha untuk berdaya secara digital. Dalam kasus Tenun Paumiati, keterampilan menggunakan media sosial secara strategis dan penguasaan e-commerce menjadi kebutuhan mendesak yang belum terpenuhi secara optimal.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan program pelatihan literasi digital berkelanjutan, termasuk pengembangan konten kreatif, strategi branding digital, serta pengelolaan toko daring. Pemerintah daerah dan mitra pendamping perlu menjembatani kesenjangan digital ini dengan pendekatan personal dan berbasis komunitas agar UMKM seperti Tenun Paumiati dapat naik kelas secara digital.

Regenerasi dan Keberlanjutan Tenun sebagai Warisan Budaya

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM Tenun Paumiati adalah regenerasi perajin tenun. Minimnya minat generasi muda untuk terlibat dalam proses produksi menimbulkan kekhawatiran akan keberlanjutan warisan budaya ini. Menurut Putu (2025), penurunan jumlah pengrajin tradisional terjadi secara nasional karena generasi muda cenderung lebih tertarik pada sektor pekerjaan modern dan kurang melihat nilai ekonomi dari warisan budaya seperti tenun.

Studi oleh Muhammad & Rohtih, (2024) mengungkapkan bahwa pendekatan regenerasi yang berhasil adalah dengan mengemas tenun ke dalam narasi yang relevan dengan gaya hidup muda dan menyisipkan nilai-nilai kewirausahaan budaya dalam kurikulum pendidikan lokal. Penelitian oleh Adiyanti (2024) juga menekankan pentingnya kolaborasi dengan komunitas kreatif muda, seperti fashion designer lokal, untuk merepresentasikan tenun dalam produk fashion kontemporer.

Dalam konteks Tenun Paumiati, regenerasi bisa dimulai dengan pelibatan siswa SMK atau pelajar dalam pelatihan intensif menenun, pemberian insentif, serta penciptaan ruang kreasi yang memungkinkan anak muda berinovasi dengan bahan tenun. Keberlanjutan tenun sebagai warisan budaya tidak cukup dengan pelestarian saja, tetapi membutuhkan transformasi naratif agar tetap relevan di masa kini.

Modal Sosial dan Peran Keluarga dalam UMKM Tradisional

Dalam UMKM berbasis tradisi seperti Tenun Paumiati, peran keluarga sangat sentral dalam menjaga kesinambungan usaha. Modal sosial berupa kepercayaan, solidaritas, dan jaringan kekeluargaan menjadi fondasi kuat dalam menjalankan usaha. Studi oleh Herdiyansyah (2021) menekankan bahwa keberhasilan UMKM di sektor kerajinan sangat ditentukan oleh kohesi sosial internal dan jaringan informal antar anggota keluarga. Kekuatan hubungan sosial inilah yang membuat usaha tetap berjalan meskipun dalam kondisi krisis.

Lebih lanjut, penelitian oleh Firanda *et al.*, (2024) menyatakan bahwa UMKM yang melibatkan seluruh anggota keluarga memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam penyesuaian tugas kerja dan efisiensi biaya operasional. Dalam kasus Paumiati, keterlibatan suami dan anak-anak dalam proses produksi mencerminkan bagaimana modal sosial ini menjadi instrumen adaptasi strategis. Studi Putera *et al.*, (2025) bahkan menyebut bahwa UMKM berbasis keluarga cenderung lebih bertahan lama karena keputusan usaha lebih stabil dan loyalitas terhadap nilai budaya lebih tinggi.

Penguatan modal sosial ini harus diimbangi dengan peningkatan kapasitas manajerial agar usaha keluarga tidak stagnan dalam lingkup internal saja. Pelatihan manajemen usaha berbasis keluarga dan transformasi kepemimpinan lintas generasi menjadi penting untuk mendukung ekspansi dan keberlanjutan.

Pemasaran dan Branding Produk Lokal

Pemasaran produk Tenun Paumiati masih bergantung pada promosi lisan dan momen pameran terbatas. Kurangnya konsistensi dalam strategi branding menyebabkan

produk tenun sulit dikenal oleh pasar yang lebih luas. Penelitian Mahardika *et al.*, (2025) menyebutkan bahwa keberhasilan produk lokal di pasar nasional sangat dipengaruhi oleh kekuatan merek dan narasi budaya yang melekat. Branding yang kuat menjadi pembeda utama di tengah persaingan produk fashion berbasis etnik.

Studi oleh Sara (2024) memperlihatkan bahwa produk kerajinan yang mengedepankan storytelling budaya dan memiliki visual identity yang konsisten lebih mudah diterima oleh konsumen urban. Hal ini menunjukkan bahwa branding bukan sekadar logo, tetapi juga tentang bagaimana nilai budaya dikemas secara estetis dan emosional. Sementara itu, Yuwono (2022) menekankan pentingnya media sosial sebagai alat untuk membangun identitas merek dan menciptakan komunitas pelanggan setia.

Bagi Tenun Paumiati, diperlukan upaya sistematis dalam membangun brand lokal yang mengangkat kekhasan motif Sambas, narasi sejarah tenun, serta nilai-nilai spiritual dalam proses produksinya. Kolaborasi dengan desainer, content creator, dan pelaku industri kreatif lokal akan memperkuat daya saing produk di pasar digital.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini secara ringkas menunjukkan bahwa UMKM Tenun Sambas Paumiati merupakan representasi nyata dari ketahanan ekonomi berbasis budaya lokal yang mampu bertahan di tengah krisis pandemi dan tantangan digitalisasi. Melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus mendalam, ditemukan bahwa pelaku UMKM tradisional di wilayah perbatasan, seperti Bu Paumiati, memiliki potensi besar untuk berkembang, namun menghadapi hambatan yang kompleks mulai dari akses teknologi, literasi digital, manajemen usaha, hingga regenerasi pelaku. Meski demikian, semangat untuk belajar, dukungan modal sosial keluarga, dan keterbukaan terhadap adaptasi digital menjadi faktor pendorong utama keberlangsungan usaha ini. Intervensi pemerintah dan mitra eksternal sejauh ini memberikan dampak positif, namun masih bersifat sporadis dan belum menyentuh aspek transformasi struktural yang berkelanjutan.

Secara khusus, hasil penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan pemberdayaan yang holistik dan kontekstual dalam mendukung UMKM berbasis budaya. Transformasi digital tidak bisa dilakukan secara instan, melainkan membutuhkan pendampingan yang bersifat berkelanjutan dan adaptif terhadap kondisi lokal. Proses digitalisasi tidak hanya menyangkut aspek teknologi, tetapi juga menyentuh aspek sosial, kultural, dan psikologis pelaku usaha. UMKM tradisional seperti Tenun Paumiati menjadi contoh konkret bahwa budaya lokal bukanlah penghambat kemajuan, tetapi justru dapat menjadi landasan bagi ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, P. A. (2024). Inovasi Desain Busana Wanita Urban Fusion Style Dengan Kain Tenun Endek Sebagai Upaya Revitalisasi Pengrajin Tenun di Bali. *Jurnal Penelitian Seni*, 12(2), 94–109.
- Ahmed, S. K. (2024a). The pillars of trustworthiness in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 2, 100051. <https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2024.100051>
- Ahmed, S. K. (2024b). The pillars of trustworthiness in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 2(April), 100051. <https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2024.100051>
- Awaludin, & Yusrizal. (2025). *Persepsi Umkm Terhadapap Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Usaha*. 1(1), 8–15.
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., Dicenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum*, 41(5), 545–547. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>
- Chotimah, N., Nurmandi, A., & Fridayani, H. D. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan UMKM Pasca Pandemi COVID-19 Di Indonesia. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1), 46–59. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v10i1.4627>
- Creswell, J. W. (2014). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches* (4th Ed. In SAGE Publications (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Farida, E. A., Fathoni, M., Fitriah, T. D., & Firdaus, M. A. (2025). *Strategi Inklusif untuk Penguatan UMKM dan Optimalisasi Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital*. 3, 695–709.
- Firanda, C., Wilbert Siburian, F., & Refanhil Barasa, R. (2024). Challenges And Solutions For Human Resource Management In Family Businesses: The Case Of Culinary MSMEs In Medan. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1(10), 6395–6401. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Herdiyansyah, M. I. (2021). *Modal Sosial dan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM): Studi Kasus Klaster IKM Logam Kecamatan Citeureup*. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, M. (2025). *Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha : Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo*. 4(2), 6493–6503.
- John w. Creswell. (2014). *Research Design Qualitative, quantitative, and Mixed Methods Approaches*. In *SAGE Publications, Inc.* (Vol. 16, Issue 2).
- Lestari, A. W., Eliyani, C., Susilawati, D., & Ayu, K. D. (2025). *KEWIRAUUSAHAAN (KONSEP, STRATEGI, DAN PRAKTIK) DALAM PERSPEKTIF PENDIDIKAN EKONOMI*.
- Mahardika, M. R., Hidayat, M. A. F. N., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Makna Kreativitas dan Identitas Brand dalam Proses Pengembangan Bisnis Fashion Remaja: Studi Kualitatif pada Yutana.cft. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 9. <https://doi.org/10.47134/jbk.v2i4.4371>
- Meydan, C. H., & Akkaş, H. (2024). The role of triangulation in qualitative research:

- Converging perspectives. *Principles of Conducting Qualitative Research in Multicultural Settings*, July 2024, 98–129. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3306-8.ch006>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. In Sage Publications. <https://doi.org/10.4324/9781003444718-9>
- Muhammad, F. I., & Rohtih, W. A. (2024). Revitalisasi Ekonomi Lokal Mengurangi Impor Melalui Pemberdayaan Kreatif Santri. In *Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya*. https://repository.yudharta.ac.id/id/eprint/4096%0Ahttps://repository.yudharta.ac.id/4096/1/BUKU_2024_REVITALISASI_EKONOMI_LOKAL_MENGURANGI_IMPORT_MELALUI_PEMBERDAYAAN_KREATIF_SANTRI.pdf
- Novia Ramadhani, L., & Hapsari, H. S. (2025). Strategi Adaptif Untuk UMKM di Sukabumi Menghadapi Tantangan Supply Chain. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.37150/jimat.v6i1.3554>
- Nursari, N., & Nasrudin, N. (2025). Implementasi Prinsip Al-Kasb dalam Membangun Daya Saing UMKM Lokal di Tengah Ekspansi Waralaba Asing. *Islamica*, 9(1).
- Putera, A. H. A., Games, D., & Syafrizal, S. (2025). Krisis yang Tak Terlihat: Bagaimana Perencanaan Sukses yang Tidak Tepat Mengancam Keberlanjutan Bisnis Keluarga. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 50–65. <https://doi.org/10.34149/jebmes.v5i1.185>
- Putra, I. J. (2023). Strategi Ketahanan Untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Syariah di Kota Solok. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 501–518. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5122>
- Putri, D. A., Wulandari, C., Hasanah, E. R., & Novia, P. (2025). *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Manajemen Risiko : Strategi Meningkatkan Keberlangsungan Bisnis*. 2(1), 135–143.
- PUTU, S. B. (2025). STRATEGI PEMERINTAH DAERAH UNTUK PELIBATAN PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN DAN PELESTARIAN KAIN TENUN ENDEK DI KABUPATEN JEMBRANA PROVINSI BALI. *Pembangunan Ekonomi Dan Pemberdayaan Masyarakat FPP*, 16(2), 39–55.
- Rahmah, A., Widiyanarti, T., Ahadiyyah, A., Fauzan, A., Chaniago, A. N., Ayala, E. R., & Azahra, K. A. (2024). Adaptasi dalam Komunikasi Antarbudaya: Membangun Jembatan antara Tradisi dan Modernitas. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 14. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.96>
- Ramadhani, N., Sugesti, A. I., Sagita, D. N., & Purwanto, E. (2025). Pemanfaatan Marketplace Digital dalam meningkatkan Kinerja UMKM melalui Sarana Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 20. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3560>
- Rika Avista, D., Arofatul Sekar Langit, U., & Mashudi. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60.
- Sabila, N., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Pelestarian Nilai Budaya Melalui Pendidikan Di Tengah Arus Globalisasi Preserving Cultural Values Through Education in the Midst of Globalization. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(4), 7641–7651.
- Sabilillah, K. P. (2025). UPAYA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHA MAKANAN CEPAT

- SAJI (*Studi Kasus Outlet Rocket Chicken, Rejasari, Purwokerto*).
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., Nabila Subagja, S., Muhammadiyah Jakarta, U., & Teknologi Muhammadiyah Jakarta, U. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(01), 1–10.
- Sara, C. F. (2024). Penggunaan Metode Visual Storytelling untuk Membangun Identitas Visual Berbasis Folklore dalam Branding Produk Lokal. *SEGARA WIDYA Jurnal Penelitian Seni*, 12(2), 123–134.
- Sugiyasin, R. (2025). Integrasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Budaya Organisasi: Kajian Literatur Strategi Pengembangan SDM pada UMKM. *Terhadap Penerapan Anggaran ...*, 6(2), 1484–1492.
- Wahyudin, A., Handayati, P., Manajemen, I., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). PERAN DIGITALISASI DAN INOVASI PRODUK DALAM MENDORONG UMKM GO EKSPOR DI ERA EKONOMI GLOBAL DI PULAU MADURA. *Jurnal Investasi Islam*, 6, 1–13. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/investi//Volume>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Yuwono, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Identitas Merek Dikalangan Wirausaha Muda. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 3(1), 75–88. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v3i1.195>