

Analisa faktor keberhasilan wirausaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah bidang kuliner

Diaz Ayu Rengganis

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: dayu69269@gmail.com

Kata Kunci:

UMKM; kuliner; faktor keberhasilan; wirausaha

Keywords:

MSMEs; culinary; success factors; entrepreneurship

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor keberhasilan wirausaha yang mempengaruhi kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah bidang kuliner. Penelitian menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di UMKM Jaya Boga Donuts yang terletak di Desa Ngromo, Kecamatan Nawangan, Kabupaten Pacitan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan narasumber yang merupakan owner Jaya Donuts sendiri. Dari data yang diperoleh,

dapat ditarik kesimpulan bahwa kesuksesan UMKM Jaya Boga Donuts yang kini telah memiliki dua cabang kurang lebih dipengaruhi oleh faktor motivasi, pengalaman, pendidikan, serta menerapkan prinsip ulet, tekun, dan fokus pada tujuan.

ABSTRACT

This study aims to determine the entrepreneurial success factors that influence the success of MSMEs in culinary fields Jaya Boga Donuts. Research using descriptive analysis method with a qualitative approach. This research was conducted at UMKM Jaya Boga Donuts which is located in Ngromo Village, Nawangan District, Pacitan Regency. The data collection technique uses the interview method with informants who are the owners of Jaya Donuts himself. From the data obtained, it can be concluded that the success of UMKM Jaya Boga Donuts, which now has two branches, is more or less influenced by factors of motivation, experience, education, as well as applying the principles of tenacity, perseverance and focus on goals.

Pendahuluan

Bisnis yang berkembang di negara berkembang biasanya dikategorikan sebagai usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar kegiatan masyarakat memberikan kontribusi signifikan dalam perolehan pendapatan bagi masyarakat dihasilkan dari usaha kecil (Diana et.al., 2020). Hal ini didukung dengan bukti-bukti



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2024 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

berikut ini: usaha kecil merupakan 40% dari volume bisnis di banyak negara, sektor usaha kecil bertanggung jawab atas 75% penciptaan lapangan kerja baru, usaha kecil merupakan bagian yang tersebar dari penjualan manufaktur, dan hampir di semua tempat usaha kecil adalah tempat lahirnya kewirausahaan.

Di Indonesia, perkembangan ekonomi tidak sepenuhnya diselesaikan oleh unsur-unsur ekonomi provinsi, sedangkan ekonomi teritorial pada umumnya masuk dari panduan moneter skala kecil dan menengah. Jelas sekali keberadaan usaha kecil dan menengah adalah sistem yang mendasari perbaikan industrialisasi di kabupaten-kabupaten, namun sebenarnya di lapangan masih banyak kendala tampak oleh usaha kecil dan menengah. Dalam Suryanita (2006, p. 5), Prawiranegara mengatakan bahwa pemilik usaha kecil menghadapi kendala internal seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah, akses dan pertumbuhan pangsa pasar yang terbatas, struktur permodalan yang lemah, penguasaan teknologi yang terbatas, organisasi dan manajemen yang buruk, dan jaringan usaha yang terbatas dan kerjasama dengan pelaku ekonomi lainnya. Sebelum memulai dan menjalankan bisnis, seorang wirausaha membutuhkan landasan yang kokoh untuk mengatasi tantangan tersebut .

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah maupun perekonomian negara. Sesuai Tambunan (2012) di Indonesia, UMKM terbukti memainkan peran penting signifikan dalam mengalahkan hasil dan efek darurat moneter yang terjadi di 1997 dimana sejumlah besar organisasi besar mengalami kemunduran, sedangkan UMKM dapat bertahan dalam kondisi darurat. Karena mampu menampung tenaga kerja yang cukup besar, industri ini juga dapat berkontribusi dalam peningkatan PDB atau pendapatan perkapita masyarakat.

Dilansir dari website resmi Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, peran UMKM dalam membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia sangat besar. Kontribusi UMKM dalam meningkatkan PDB adalah sebesar 60,5% dan sebanyak 96,9% terhadap penyerapan tenaga kerja nasional. UMKM didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,8% dengan daya serap tenaga kerja sebanyak 89% dan sumbangan terhadap PDB sekitar 37,8%. Maka dari itu Indonesia memiliki potensi ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM banyak tersebar luas dan penyerapan terhadap tenaga kerja sangat besar.

Di setiap sektor ekonomi, UMKM merupakan unit usaha mandiri yang menguntungkan yang dijalankan oleh individu atau badan usaha. Pada prinsipnya, nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omzet rata-rata tahunan, atau jumlah karyawan tetap adalah hal yang biasanya membedakan usaha besar dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Namun, tiga alat ukur yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM bervariasi dari satu negara ke negara lain. Oleh karena itu tidak diragukan lagi merepotkan pikirkan tentang signifikansi atau pekerjaan UMKM antar negara.

Ekspansi ekonomi masyarakat UMKM memiliki dampak yang signifikan, terutama di negara-negara berkembang. Efek positif berpotensi untuk menyeimbangkan kembali ekonomi dan mengurangi jumlah pengangguran. Salah satu cara untuk memerangi

pengangguran dan kemiskinan adalah memperluas lapangan kerja melalui UKM. Kemajuan sejauh menetapkan bisnis langsung membuka pintu dalam struktur pekerjaan mandiri, bisnis miniatur, atau perusahaan swasta.

Di Indonesia, pertumbuhan usaha kecil dan menengah—juga dikenal sebagai kegiatan wirausaha—terus pesat. Berawal dari tahun 1998 dimana perekonomian Indonesia berada di daerah tersebut organisasi besar menurun dan melemahkan keadaan keuangan di Indonesia. Para Pemilik sebuah perusahaan besar yang terpaksa menutup usahanya karena ketidakmampuannya mengelola keuangannya tidak diragukan lagi memanfaatkan kekuatan keuangannya yang rendah untuk beralih karir dan menjadi pengusaha untuk memenuhi kebutuhan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang merupakan bagian penting dari masyarakat. UMKM memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia dalam mengatasi kemiskinan (Al Idrus et al., 2016; Rozi & Agatin, 2019). UMKM banyak memberikan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto dengan menyerap hampir 97% total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan pekerjaan. UMKM telah banyak berpengaruh terhadap perluasan kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan.

Dengan berbagai alasan, banyak orang memilih bekerja di industri kuliner. Industri ini lebih sederhana untuk dijalankan daripada industri lainnya. Persaingan antar pelaku industri kuliner banyak terjadi karena banyaknya orang yang membuka restoran. Kegiatan bisnis ini bisa berlangsung sepanjang hari dan malam. Cara sederhana agar banyak orang menggunakan layanan ini sebagai alternatif mudah untuk mendapatkan makanan. Keunikan, daya cipta dan Teknik kemajuan yang berkualitas digunakan sebagai salah satu upaya untuk melalui persaingan yang semakin liar. Tingginya tingkat mobilitas sosial saat ini menjadi faktor lain yang mendukung tumbuhnya industri kuliner. Layanan cepat dan bermanfaat menjadi semakin populer di masyarakat saat ini, tidak terkecuali kebutuhan makanan.

Untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, faktor keberhasilan usaha utamanya UMKM di Indonesia harus dipahami. Informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan UMKM dapat menjadi pemahaman bagi para pelaku usaha agar mencari tahu elemen apa yang memengaruhi pencapaian bisnis mereka. Pengetahuan tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan bisnis dianggap sangat penting dalam pengembangan dan keberlanjutan bisnis untuk membantu perekonomian negara. Dari uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor keberhasilan wirausaha pada studi kasus di UMKM Jaya Boga Donuts.

Penelitian ini mengambil lokasi di Dusun Tugu, Desa Ngromo, Kecamatan Nawangan, Kabupaten Pacitan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 30 April 2023. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif, seperti yang didefinisikan oleh Bogdan dan Taylor (Moleong, 2012), adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari orang dan perilaku yang dapat diamati dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan. Menurut Kirk dan Miller (Noor, 2015), penelitian kualitatif adalah tradisi dalam ilmu sosial yang pada dasarnya mengandalkan

pengamatan manusia dalam bidangnya sendiri dan berhubungan dengan individu-individu tersebut dalam istilah dan bahasa yang mereka gunakan.

Pembahasan

Analisis ini dilakukan terhadap salah satu UMKM di daerah tempat tinggal saya. Yaitu Jaya Boga Donuts. UMKM ini bergerak di bidang kuliner atau usaha boga. Produk yang dijual oleh Jaya Boga Donuts tidak hanya kue-kue atau roti, namun juga menerima pesanan snack dan katering. Berikut kami paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 30 April 2023 bersama owner Jaya Boga Donuts, Ibu Lasmini.

Usaha boga ini berdiri sejak tahun 2012. Namun saat awal-awal pendirian, usaha ini masih berjalan stagnan. Sebagai lulusan pendidikan Tata Boga, narasumber mengatakan bahwa seiring berjalannya usaha ini beliau juga sambil belajar tentang bisnis kuliner. Sehingga ada motivasi bagaimana harus mendalami dunia boga tersebut. Kemudian untuk pendirian outlet Jaya Boga Donuts itu berdiri sejak November 2020. Outlet ini berdiri akibat pandemi Covid-19 kemarin (Minai, et.al., 2021; Sarif et.al., 2023). Awalnya dunia boga ini hanya digunakan untuk kerja sampingan karena sebelumnya pemilik bekerja sebagai guru. Seperti yang kita tahu selama pandemi kemarin berlangsung, kegiatan belajar mengajar dilakukan secara online, jadilah narasumber mencoba menerima orderan katering dan kue. Beruntungnya malah saat narasumber menerima orderan kemudian banyak sekali yang cocok dan suka dengan produk-produk Jaya Boga. Akhirnya didirikanlah outlet yang bertempat di Pakis Baru dan di Nawangan untuk outlet kedua Jaya Boga Donuts ini.

Cabang pertama dari outlet Jaya Boga sendiri terletak di Jalan Jenderal Sudirman, Pakis Baru, Kecamatan Nawangan, Kabupaten Pacitan. Outlet ini buka mulai pukul 09.00 sampai pukul 16.00 sore. Namun karena alasan yang tidak disebutkan oleh narasumber, outlet JB di Pakis Baru kini dipindahkan ke rumah produksi di Desa Ngromo. Produk-produk yang dijual di outlet pun beragam. Ada donat, pizza mini, roti boy, dan jenis-jenis kue lainnya, baik kue kering ataupun jenis rori-roti.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Jaya Boga yaitu adalah dengan metode pre-order dan made by order (Yunus, 2010). Bagi konsumen yang ingin membeli produk JB harus memesan terlebih dahulu bisa melalui pesan Whatsapp atau datang langsung ke outlet kemudian menunggu pre-order hingga pesanan jadi. Hal ini dilakukan guna mengurangi resiko dari produk yang dijual karena memang produk-produknya tidak bisa tahan lama. Narasumber selalu mengusahakan produknya tetap fresh dan tidak melakukan produksi dalam jumlah yang banyak. Produk yang dibuat hanya memungkinkan 2 hari habis atau mentok daya tahan selama 3 hari saja. Terkecuali untuk produk kering seperti kue brownies dan cookies yang daya tahannya lama bisa mencapai 1 minggu karena tidak menggunakan bahan pengawet. Untuk sistem pre-order ini memudahkan Bu Lasmini untuk memberikan produk yang original kepada customer.

Inovasi yang akan dilakukan oleh JB Donuts ke depannya yaitu inovasi produk karena dunia boga itu luas dan terus berkembang. JB Donuts yang dulunya hanya fokus pada produksi katering, donat, pizza mini, dan kue kering, kini telah meluncurkan inovasi

produk dengan memasarkan kue-kue basah seperti bolu pisang dan miles crepes. Tidak adanya inovasi dan hanya fokus kepada satu produk saja, akan membuat pelanggan merasa bosan. Pemilik usaha ini terus menciptakan inovasi-inovasi baru dan memberikan sentuhan-sentuhan yang lebih kepada produk yang akan kami tawarkan. Harapan narasumber para customer akan selalu suka dan tertarik dengan produk boga yang diproduksi oleh JB Donuts.

Saat ini Jaya Boga telah memiliki 6 karyawan yang membantu Bu Lasmini dalam memproduksi kue, catering, maupun pesanan lain. Kesuksesan Jaya Boga juga diiringi dengan peningkatan omzet. Bu Lasmini mengatakan jika omzet per bulan Jaya Boga sekarang sudah tembus 10 juta lebih. Peningkatan omzet ini tentunya melalui proses panjang hingga Jaya Boga mampu menemukan titik nyaman untuk menjadi UMKM kuliner yang sukses di Kecamatan Nawangan.

Dalam menjalankan usaha boga ini, tentunya Bu Lasmini juga menemui berbagai tantangan. Tantangan tersebut di antaranya adalah perkembangan dunia kuliner yang terus mengalami peningkatan. Kemajuan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan pada perluasan industri kuliner. Tanda bahwa industri kuliner berkembang pesat adalah keragaman hidangan yang unik, keberadaan wisata kuliner, dan tren kuliner yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Bertambahnya jumlah pelaku usaha kuliner merupakan kekhasan itu terjadi karena kemudahan membantu untuk memulai usaha kuliner. Bisnis kuliner tidak bisa dilepaskan dari rangkaian acara yang inovatif. Adanya kemajuan inovasi dan korespondensi telah membuat perubahan baik di bidang sosial, keuangan dan sosial yang terjadi dengan cepat.

Selain itu rasa malas, kurangnya kedisiplinan serta tim yang kurang solid juga diungkapkan Bu Lasmini sebagai hambatan dalam menjalankan bisnis kuliner ini. Bu Lasmini mengungkapkan rasa malas yang dimaksud di sini adalah rasa jenuh karena melakukan hal yang sama setiap hari dan itu-itu saja sehingga kerap kali menimbulkan rasa malas untuk melakukan produksi. Kurangnya kedisiplinan di sini adalah kurang teratur dalam menjalankan usaha. Konteks disiplin di sini antara lain disiplin waktu, disiplin dalam menjalankan rencana usaha yang telah ditentukan, disiplin mengelola keuangan, disiplin dalam proses produksi, distribusi, maupun pemasaran. Dalam menjalankan usahanya ini tentunya memiliki tim di dalamnya, baik tim produksi, tim pemasaran (admin), maupun tim yang bertugas mendistribusikan produk kepada konsumen melalui outlet-outlet. Solidaritas tim dalam berwirausaha sangatlah penting, tim yang kurang solid bisa saja merusak rencana usaha dan mengacaukan bisnis. Tidak jarang Bu Lasmini juga mengalami hambatan berupa miskomunikasi dengan tim yang terkadang membuat kerjasama tim menjadi kurang solid.

Bukan hanya tantangan serta hambatan, Bu Lasmini juga bercerita tentang resiko yang beliau terima selama menjalankan usaha boga ini. Di antara resiko tersebut salah satunya adalah resiko pesaing dan kurangnya jam istirahat maupun libur. Pesaing usaha khususnya bidang boga di daerah sekitar tempat tinggal saya memang belum terlalu

banyak. Sehingga adanya resiko pesaing ini justru menguntungkan JB Donuts untuk terus melebarkan sayapnya di dunia kuliner boga di daerah Desa Ngromo karena pelanggan yang datang bukan hanya dari desa setempat namun juga dari sebagian besar wilayah di Kecamatan Nawangan.

Bu Lasmini mengungkapkan selama bulan Ramadan dan lebaran Jaya Boga mendapatkan banyak pesanan mulai dari catering buka bersama, kue basah hingga kue kering. Hal ini tentunya juga berdampak pada kurangnya hari libur bagi Bu Lasmini sendiri sebagai owner maupun tim-tim pembantu di dalamnya. Meskipun begitu Bu Lasmini sangat bersyukur masih banyak orang yang mempercayakan Jaya Boga Donuts sebagai pilihan mereka dalam membeli produk-produk boga maupun jasa catering.

Jaya Boga Donuts yang telah berdiri kurang lebih 10 tahun ini kini telah terkenal ke berbagai daerah di Kecamatan Nawangan. Bu Lasmini berharap semoga usaha JB ini akan terus berkembang bahkan sampai ke luar Kecamatan dan bisa membuka lebih banyak outlet lagi. Bu Lasmini mengatakan jika kunci Jaya Boga bisa eksis hingga saat ini adalah motivasi untuk menekuni bidang kuliner sendiri, niat yang kuat, ulet, serta fokus pada goals dan tujuan yang telah direncanakan. Hasil pengamatan langsung terhadap kendala yang dihadapi dan menemukan solusi yang tepat membentuk usaha ini memiliki perilaku kewirausahaan sendiri (Segaf, 2021a; Segaf, 2021b). Perilaku usaha ini dilakukan untuk mencapai keberlangsungan usaha secara berkelanjutan (Segaf, 2022; Nurdiana & Segaf, 2023, Bashith et al., 2022). Perilaku kewirausahaan yang dapat dicontoh yakni niat, semangat, dan tekad.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut narasumber faktor-faktor yang mendorong Jaya Boga Donuts bisa sukses dan semakin eksis sekarang ini diantaranya adalah motivasi, latar belakang pendidikan, serta prinsip-prinsip kewirausahaan yang selalu dipegang teguh oleh owner salah satunya adalah niat yang kuat, ulet, tekun, dan fokus pada tujuan. Sebuah perjalanan yang panjang dan tidak mulus sampai akhirnya pada tahun 2020 bisa mendirikan outlet pertama Jaya Boga di Pakis Baru.
2. Berdasarkan penjelasan narasumber terkait dengan tantangan, resiko, dan kegagalan yang pernah dihadapi dalam menjalankan usaha Jaya Boga ini adalah tantangan eksternal berupa pesatnya perkembangan dunia kuliner sedangkan untuk tantangan internal berupa rasa malas, kurang disiplin, dan kurangnya solidaritas antar tim. Kemudian untuk resiko yang paling sering dialami narasumber adalah kurangnya waktu istirahat dan hari libur. Narasumber mengatakan segala kegagalan yang terjadi selama bisnis ini berjalan akan dijadikan pengalaman dan pembelajaran agar ke depannya ada perubahan yang lebih baik. Narasumber percaya guru terbaik adalah pengalaman yang berharga.
3. Dalam akhir wawancara, narasumber juga memberikan sedikit tips berwirausaha bagi mahasiswa maupun masyarakat yang ingin membuka usaha. Narasumber memberikan tiga tips yang menjadi kunci dalam berwirausaha yakni niat, semangat,

dan tekad. Adanya niat yang kuat akan menimbulkan rasa semangat serta tekad yang kuat dalam berwirausaha. Selama ada niat dan semangat, maka berangkat! Berwirausaha dalam bidang kuliner ini unik maka dari itu perlu bagi kita untuk mempelajari usaha ini dengan serius dan menentukan goals dalam berbisnis.

Artikel ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan pada kemampuan penulis. Model yang digunakan dalam artikel ini diadopsi dan diinovasi dari model-model artikel penelitian sebelumnya, dan diujikan untuk memprediksi hubungan faktor wirausaha terhadap keberhasilan usaha secara langsung maupun tidak langsung. Saran yang diberikan untuk penulisan artikel selanjutnya adalah membangun model dengan inovasi baru terkait faktor dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan pengembangan usaha dengan memasukkan indikator-indikator lain yang belum teridentifikasi dalam penelitian.

Daftar Pustaka

- Al Idrus, S. (2012). Dampak karakteristik kepribadian wirausaha terhadap kesuksesan bisnis. *Iqtishoduna*, 1–26. <https://doi.org/10.18860/iq.voio.2131>
- Al Idrus, S., Meldona, M., & Segaf, S. (2016). Pengaruh karakteristik sosio-kultural terhadap orientasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi perbandingan Kedah dan Malang.
- Bashith, A., Yunus, M., Amrullah, A. M. K., Ridwan, A. M., Mkumbachi, R. L., Amin, S., & Adji, W. S. (2022). Change in Santri's Entrepreneurial Mindset Through the Salafi Model Quality Management System in Indonesia Pesantren. *Abjadia*, 7(1), 42–58.
- Diana, Ilfi Nur, Segaf, Segaf, Ibrahim, Yusnidah, Minai, Mohd Sobri and Saqlain, Raza (2020) Barriers to small enterprise growth in the developing countries: Evidences from case studies in Indonesia and Malaysia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19 (4). ISSN 15441458, 19396104 <http://repository.uin-malang.ac.id/17921/>
- Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(1), 14–20. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i1.403>
- Jeklin, A. (2017). Metodologi Penelitian. *Etheses Uin Malang*, July, 1–23.
- Majalah Ilmiah Ekonomika, 14(1).
- Meylianingrum, K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Bentuk Pengembangan Pangan dan Ekonomi Kreatif (Studi kasus UMKM desa Suwaru Kabupaten Malang).
- Minai, M. S., Raza, S., & Segaf, S. (2021). Post COVID-19: Strategic digital entrepreneurship in Malaysia. In *Modeling economic growth in contemporary Malaysia* (pp. 71-79). Emerald Publishing Limited. <http://repository.uin-malang.ac.id/11165/>
- Nurdiana, ilfi and Segaf, Segaf (2023) Exploring perceptions and elements of entrepreneurial behavior in pesantren: understanding fundamental concepts of entrepreneurial behavior. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7 (3). pp. 962-972. ISSN 25495720 <http://repository.uin-malang.ac.id/16681/>
- Octavia, J. (2015). Pengaruh sikap kewirausahaan dan kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Akuntansi*, VII (1)(1), 41–59.

- Pradana, B. I., & Safitri, R. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap Minat Wirausaha. *Iqtishoduna*, 16(1), 73–82. <https://doi.org/10.18860/iq.v16i1.6797>
- Rozi, F., & Agatin, R. R. (2019). Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Melalui Pendekatan Transportasi Pada UMKM Kerupuk Ikan Tengiri Desa Gedangan Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto. *IQTISHODUNA*, 15(2), 217–236.
- Sarif, Reza, Susanto, Rosya Mawaddah, Retnasih, Nora Ria and Segaf, Segaf (2023) Revolutionizing Resilience: MSMEs' Journey with Digital Strategies in Post-Pandemic Recovery. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 8 (3). pp. 203-218. ISSN 2477-3166 <http://repository.uin-malang.ac.id/16783/>
- Segaf, S., Salim, U., Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2021b). Behind entrepreneurial intention in Pesantren perspectives. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), 7502–7510. <http://repository.uin-malang.ac.id/18058/>
- Segaf, Salim, U., Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2021a). Nationalism and Entrepreneurial Behavior, a Pesantren's perspective and implementation in Indonesia. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), 7556–7564. <http://repository.uin-malang.ac.id/18057/>
- Segaf, Segaf (2022) Moslepreneurship: nurturing the entrepreneurial behaviour of Islamic boarding school students in Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 6 (5). pp. 1936-1944. ISSN 2717-7564 <http://repository.uin-malang.ac.id/10902/>
- Winarto. (2011). Menuju sukses berwirausaha. Oleh : Hari Winarto Abstract.
- Yunus, M. (2010). Inovasi dan kreativitas dalam pemasaran. Malang: UIN-MALIKI PRESS (Anggota IKAPI).