

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Akses permodalan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan pelaku UMKM dalam memperoleh modal usaha belum secara langsung mampu meningkatkan pendapatan. Kondisi ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan memanfaatkan modal secara produktif untuk pengembangan usaha, sehingga tambahan modal belum memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indarti & Langenberg, 2004) yang menyatakan bahwa modal awal tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan dan kinerja UMKM.
2. Tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan tenaga kerja yang memadai dan produktif, baik dari segi jumlah maupun kualitas, berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan pendapatan UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa tenaga kerja merupakan salah satu faktor

produksi utama yang berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan UMKM. Ketersediaan tenaga kerja yang memadai dan produktif mampu meningkatkan kapasitas produksi sehingga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan usaha..

3. Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro. Pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Purwana et al., 2017) yang menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dan pendapatan UMKM. Pemanfaatan media digital mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta memperkuat daya saing usaha..

4. Secara simultan akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial akses permodalan tidak berpengaruh signifikan, namun dalam kombinasi dengan tenaga kerja dan digital marketing, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing merupakan faktor-faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro, disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan akses permodalan yang tersedia, baik melalui lembaga keuangan formal maupun program bantuan pemerintah. Pengelolaan modal yang tepat diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas produk, serta mengembangkan inovasi usaha sehingga pendapatan UMKM dapat meningkat secara berkelanjutan.
2. Pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas tenaga kerja melalui pelatihan keterampilan, manajemen usaha, dan pelayanan konsumen. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam mendukung efisiensi usaha dan peningkatan pendapatan, khususnya pada sektor UMKM berbasis agrowisata.
3. Pelaku UMKM disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing, seperti penggunaan media sosial dan platform marketplace, sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Optimalisasi pemasaran digital diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, serta mengurangi ketergantungan pada penjualan langsung di lokasi wisata.
4. Bagi pemerintah daerah dan pihak terkait, disarankan untuk meningkatkan dukungan terhadap pengembangan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro melalui penyediaan akses permodalan yang lebih inklusif, pelatihan sumber daya manusia, serta pendampingan digital marketing secara

berkelanjutan. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendukung diharapkan mampu mendorong peningkatan pendapatan UMKM secara optimal.

5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel penelitian lain yang belum dikaji dalam penelitian ini, seperti inovasi produk, kualitas pelayanan, atau peran kelembagaan, serta memperluas lokasi dan jumlah responden penelitian agar hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih komprehensif.

5.3 Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi hasil penelitian ini disusun berdasarkan temuan empiris mengenai pengaruh akses permodalan, tenaga kerja, dan digital marketing terhadap pendapatan UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro. Implikasi yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan penguatan terhadap teori produksi dan teori pertumbuhan usaha yang menyatakan bahwa modal, tenaga kerja, dan teknologi merupakan faktor-faktor utama dalam meningkatkan pendapatan dan kinerja usaha. Temuan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM memperkaya kajian empiris di bidang ekonomi UMKM, khususnya pada sektor agrowisata. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor penentu pendapatan UMKM.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro agar lebih memprioritaskan

penguatan akses permodalan sebagai dasar pengembangan usaha. Pengelolaan modal yang tepat dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi, inovasi produk, dan efisiensi operasional sehingga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan.

Implikasi lainnya adalah pentingnya peningkatan kualitas tenaga kerja. Pelaku UMKM perlu memperhatikan aspek keterampilan, pengalaman, dan produktivitas tenaga kerja karena terbukti berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan menjadi langkah strategis untuk mendukung keberlanjutan UMKM.

Selain itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta mengurangi ketergantungan pada penjualan langsung di lokasi wisata.

Bagi pemerintah daerah dan pihak terkait, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa kebijakan pengembangan UMKM perlu diarahkan pada penguatan akses permodalan, peningkatan kualitas tenaga kerja, serta pendampingan pemasaran digital secara terpadu. Sinergi kebijakan dan program pendukung diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM di kawasan Agrowisata Belimbing Bojonegoro secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-atsari, Z. S., Fitriani, L. K., & Djuniardi, D. (2025). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KOMPETENSI MELALUI KEUNGGULAN BERSAING menentukan sejauh mana pencapaian pasar atas produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pemasaran UMKM makanan ringan di Kabupaten Majalengka . Berdasarkan hasil survei , indikator , se. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 120–135.
- Al-Atsari, Z. S., Fitriani, L. K., & Djuniardi, D. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM melalui Keunggulan Bersaing. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 120–135.
<https://doi.org/10.25134/digibe.v3i2.310>
- Angelica, G., & Jatmiko, B. P. (2022). *Pemerintah Targetkan 30 juta UMKM Go Digital di 2024*. Kompas.
<https://www.kompas.com/read/2022/10/04/114214883/pemerintah-targetkan-30-juta-umkm-go-digital-di-2024>
- Arifiyyati, M. F., Nihayah, U., & Khotimah, K. (2022). Edukasi Kewirausahaan Melalui Digital Marketing Home Industry Dodol Belimbing, Desa Mojo, Bojonegoro. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 2(1), 89–104. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v2i1.283>
- Ariyati, I., Agustina, F., & Miliani T, G. (2021). Sistematic Literature Review: Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Indonesia. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 104–118. <https://doi.org/10.24903/je.v10i1.1337>
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (3rd ed. (ed.)). University of Chicago Press.
<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/H/bo3684031.html>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Choiriyah, S. H., & Permatasari, P. A. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Ngaboci. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 78–85.
- Clarita, sena angela ana, bei marselinus, junita cestilia nenabu. (2024). *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) DI Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang Angela Ana Clarita Sena 1 ; Bei Marselinus 2 ; dan Junita Cestilia Nenabu 3*. 16(1), 481–489.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education Limited.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitayuda, M. B. S., & Mawardi, M. A. (2022). Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Industri Tas dan Koper. *Benchmark*, 2(2), 115–123.
<https://doi.org/10.46821/benchmark.v2i2.249>
- Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Hilman Maulana, M., & Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Hilman Maulana, M., & Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>
- Harahap, D. Y., & Agusta, I. (2018). Role of Social Capital on Prospering Informal sector Enterprise (Case of Street Vendors in street market Dewi Sartika, Bogor). In *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* (Vol. 2, Issue 2, p. 207).
- Hasan, N. N., Maulana, F., Wiguna, A. P., & Iqbal, O. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Efisiensi Operasional UMKM*. 285–291.
- Hidayah, G. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Dan Marketplace terhadap Pendapatan Pelaku Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) (Studi Empiris Pada Ukm Kota Semarang Tahun 2021). *Program Studi SI Akuntansi*, 31401900068, 1–94.
- Huntehu, R., Hafid, R., Hasiru, R., Panigoro, M., & Maruwae, A. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Dahlia Padebuolo Kota Timur Kota Gorontalo. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 4, 10853–10865.
- Hutama, A. (2024). *Agrowisata Kebun Belimbing Ngringinrejo, Destinasi Liburan Edukatif dan Seru di Bojonegoro*.
https://bojonegoro.inews.id/read/535907/agrowisata-kebun-belimbing-ngringinrejo-destinasi-liburan-edukatif-dan-seru-di-bojonegoro?utm_source=chatgpt.com
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2004). Factors Affecting Business Success Among SMEs: Empirical Evidences from Indonesia. *Proceedings of the European Summer University*.
- Indonesia, K. K. B. P. R. (2023). *Pengembangan UMKM sebagai Necessary Condition untuk Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition>

- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Judijanto, L., Ekasari, S., & Elida, S. (2024). Local Economic Development Based on Village Potential: a Literature Review. *Journal of Community Dedication*, 4(2), 414–426.
- Khairani, N., Adiva, C. T., Hutabarat, R. F. M., & Simorangkir, T. G. (2025). Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Era Digital. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4583–4591.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition (Global Edition) (ed.)). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (Global Edition, 16th ed.)*. Pearson. <https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e.html>
- Matondang, K. A., Sijabat, A. M., Simamora, J., & Rizki, M. N. (2024). Analisis Kurva Produksi: Hubungan Antara Faktor Produksi Modal dan Tenaga Kerja Dalam Meningkatkan Produktivitas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 238–244. <https://www.ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/3103>
- Mulyadi. (2018a). *Akuntansi Manajemen* (6th ed.). UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2018b). *Sistem Akuntansi (Edisi 4)*. Salemba Empat.
- Nafik, I. L. (2021). Analisis Model Pembiayaan Usaha Kecil Melalui Koperasi Simpan Pinjam Arta Kelola Adil Sejahtera Kecamatan Baureno Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7167>
- Nazwa Salsabila Lubis, & Muhammad Irwan Padli Nasution. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 01(12), 21–30.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Nurchayanti, F. W., & Ruscitasari, Z. (2022). Analisis Praktik Sumber Daya Manusia dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Bantul. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(2), 285. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v5i2.16508>
- Nurliana, S. R. M., Putra, D. F., & Sakdiyah, S. H. (2020). Makna Pembangunan Agrowisata Kebun Belimbing Bagi Masyarakat Desa Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. *JPIG (Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Geografi)*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.21067/jpig.v5i1.4199>

- Oktayani, K. S., & Dewi, L. G. K. (2024). Pengaruh Akses Keuangan, Modal Keuangan, Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Pertumbuhan UMKM di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(02), 433–447.
- Pasaribu, D., Judijanto, L., Vandika, A. Y., Bilondato, N., Sudarmanto, E., & Basri, T. S. (2024). The Role of Fintech Innovation in Financial Inclusion: A Literature Review of Emerging Tren and Challenges. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 3784–3792.
- Pasaribu, Y. F. A., Aryanto, O. G. Y., & Saraswati, B. D. (2024). Pengaruh Lembaga Keuangan Mikro Terhadap Pertumbuhan Sektor Pertanian Indonesia. *Analisis*, 14(01), 61–72. <https://doi.org/10.37478/als.v14i01.3572>
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Putri, Mutiara Rosmelia, E. K. (2025). Increasing UMKM Income : Working Capital , Digital Marketing , Education Level , Product Quality , And Production Costs Peningkatan Pendapatan UMKM : Modal Kerja , Pemasaran Digital , Tingkat Pendidikan ,. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(3), 2974–2986.
- Rajagukguk, D. L., & Rusadi, U. (2025). Digitalization and Globalization: Transformation of Umkm in the Digital Era. *Journal of Social Political Sciences JSPS*, 6(1), 15–24.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(5 (Part 2)), S71–S102. <https://doi.org/10.1086/261725>
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed. (ed.)). Kogan Page.
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sarif, R. (2023). Peran UMKM dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 1(1), 68–73. <https://doi.org/10.56854/jbm.v3i2.487>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons, Ltd.
- Simanjuntak, N. M. (2018). 1,25 dihydroxyvitamin D dan kalsium pada akseptor depot medroxyprogesteron asetat (DMPA) berdasarkan lama pemakaian. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 15(2), (halaman tidak dicantumkan dalam

- sumber). <https://doi.org/10.22146/ijcn.34845>
- Simanjuntak, P. J. (2018). *Ekonomi Tenaga Kerja*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(April), 09–18.
- Soebiantoro, & Haryanti, N. (2024). Peningkatan Akses Permodalan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 1(2), 122–136.
<https://doi.org/10.35457/transgenera.v1i2.3795>
- Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94.
<https://doi.org/10.2307/1884513>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Terbaru). Alfabeta.
- Sukirno, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro* (Edisi Kedua). Rajawali Pers.
- Sukirno, S. (2016a). *Makroekonomi: Teori Pengantar ET*.
- Sukirno, S. (2016b). *Pengantar Teori Mikroekonomi* (Edisi Ketiga). Rajawali Pers.
- Supriatno, Y., Septian, D., Nurhasanah, A., Damayanti Rusmana, F., & Al-Amar Subang, S. (2025). Dampak Potensi Wisata Lokal Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Desa Sindanglaya. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia*, 4(1), 1–16.
- Sutisna, F. A., Sopiah, E., & Salam, A. N. (2024). Analysis of the Trickle-Down Effect and Multiplier Effect of Religious Tourism at Al-Jabbar Mosque: How does it impact local MSME? *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 281–301. <https://doi.org/10.15575/am.v11i2.37955>
- Suyanto, A. (2024). *Manfaatkan fasilitas, UMKM naik kelas*. Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia. <https://pajak.go.id/en/node/103988>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Volume 19 Issue 1 (2022) Pages 170-182 KINERJA : Jurnal Ekonomi dan Manajemen ISSN : 1907-3011 (Print) 2528-1127 (Online) Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro , kecil , dan menengah Digital marketing in the development of micro , small , . 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>
- Tambunan, T. (2020). *Pembangunan Ekonomi dan Inklusi Keuangan di Indonesia*. LP3ES.

- Tambunan, T. T. H. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. IPB Press.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (12th ed.). Pearson Education Limited.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Widiastuti, Y., Wibowo, N. M., Kholili, N., Putri, L. A., & Boimau, Y. (2024). Increasing the Productivity of Souvenir MSMEs in Jombang Regency Through the Application of Drying Machines. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(3), 244–251. <https://doi.org/10.36982/jam.v8i3.4652>
- Widyastuti, L. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen The influence of service quality and product innovation on customer satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 90–96. Journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0APengaruh
- Wulandari, Y. S., Abadi, S., Zahra, F. A., & Syahputra, A. F. (2023). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM perikanan melalui sosialisasi manajemen dan pemasaran. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 257–268. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19385>
- Yoeti, O. A. (2013). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.

