

Strategi Pricing dan Pengendalian Biaya pada UMKM di Fase Kedewasaan untuk Mempertahankan Profitabilitas

Yuni Estevania Siahaan^{1*}, Emmanuella Theresia Oktaviana², Abdilah³

^{1,2,3}Universitas Pertiwi, Indonesia

Email: 22110065@pertiwi.ac.id^{1*}, 23110168@pertiwi.ac.id², abdilah@pertiwi.ac.id³

Alamat: Jl. Insinyur H. Juanda No.133, Bekasi Jaya, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat 17112

Korespondensi penulis: 22110065@pertiwi.ac.id

Abstract: MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) that are in the maturity phase face significant challenges in maintaining profitability due to competitive pressures, fluctuations in input costs, and changes in market demand. This study aims to analyze pricing strategies and the implementation of effective cost control in maintaining the profitability of MSMEs in this phase. The method used is a qualitative case study on several MSMEs that have achieved operational and revenue stability. The results show that a dynamic pricing approach—by adjusting prices based on market segmentation, product added value, and competitor analysis—plus cost control through process efficiency, inventory management, and supply chain optimization, is able to expand profit margins. This strategy also provides flexibility in adjusting the cost structure in the event of changes in the business environment, including raw material inflation or increased logistics costs. In addition, the use of digital technologies, such as accounting applications, cloud-based inventory management systems, and interactive financial dashboards, has been proven to increase transparency, accuracy, and data-driven decision-making. Human resource factors also play an important role in the successful implementation of cost control. Regular training, competency improvement, and performance-based incentives can reduce production errors and operational waste. Furthermore, collaboration with strategic partners, such as raw material providers and financing institutions, also helps to create efficiency and access to more competitive resources. In conclusion, the synergy between a responsive pricing strategy, digital transformation, and a disciplined cost control system is the key to sustainable profitability in MSMEs in the maturity phase. These findings are expected to be a practical reference for MSME actors in developing financial policies and operational strategies that are adaptive to market dynamics and business competition.

Keywords: Cost Control, MSMEs, Pricing Strategy, Profitability, Strategic Cost Management.

Abstrak: UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang berada pada fase kedewasaan menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga profitabilitas akibat tekanan persaingan, fluktuasi biaya input, dan perubahan permintaan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penentuan harga (pricing) dan implementasi pengendalian biaya yang efektif dalam mempertahankan profitabilitas UMKM di fase ini. Metode yang digunakan adalah studi kasus kualitatif pada beberapa UMKM yang telah mencapai tingkat stabilitas operasional dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan pricing dinamis—dengan menyesuaikan harga berdasarkan segmentasi pasar, nilai tambah produk, dan analisis pesaing—ditambah pengendalian biaya melalui efisiensi proses, manajemen persediaan, dan optimalisasi rantai pasok, mampu memperluas margin keuntungan. Strategi ini juga memberikan fleksibilitas dalam menyesuaikan struktur biaya saat terjadi perubahan lingkungan bisnis, termasuk inflasi bahan baku atau kenaikan biaya logistik. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi akuntansi, sistem manajemen inventori berbasis cloud, dan dashboard keuangan interaktif, terbukti meningkatkan transparansi, akurasi, serta pengambilan keputusan berbasis data. Faktor sumber daya manusia juga memegang peran penting dalam keberhasilan implementasi pengendalian biaya. Pelatihan rutin, peningkatan kompetensi, serta pemberian insentif berbasis kinerja mampu mengurangi kesalahan produksi dan pemborosan operasional. Lebih jauh, kolaborasi dengan mitra strategis, seperti penyedia bahan baku dan lembaga pembiayaan, juga membantu menciptakan efisiensi dan akses terhadap sumber daya yang lebih kompetitif. Kesimpulannya, sinergi antara strategi pricing yang responsif, transformasi digital, dan sistem pengendalian biaya yang disiplin adalah kunci keberlanjutan profitabilitas pada UMKM fase kedewasaan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM dalam menyusun kebijakan keuangan dan strategi operasional yang adaptif terhadap dinamika pasar dan persaingan usaha.

Kata kunci: Pengendalian Biaya, Profitabilitas, Strategi Pricing, Strategic Cost Management, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang sekitar 60% dari PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Kontribusi besar ini menjadikan UMKM sebagai fokus utama dalam pengembangan ekonomi nasional, meskipun mereka masih menghadapi tantangan struktural, khususnya dalam mengelola usaha secara efisien dan berdaya saing (Nugroho & Fauzi, 2022).

Seiring perkembangan usaha, UMKM akan melewati tahapan siklus hidup bisnis mulai dari pengenalan hingga kedewasaan. Pada fase kedewasaan, bisnis menghadapi persaingan yang makin ketat, penurunan pertumbuhan penjualan, serta tekanan margin keuntungan yang lebih besar (Sari et al., 2023). Untuk itu, diperlukan strategi manajerial yang matang seperti efisiensi operasional dan pengendalian biaya (Rahmawati & Saputra, 2022), serta penetapan harga yang relevan dengan nilai produk dan kondisi pasar (Prasetyo & Fitriani, 2021; Yuliana & Hidayat, 2023). Pendekatan ini akan membantu UMKM bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Strategi pricing atau penetapan harga menjadi salah satu elemen kritis dalam mempertahankan profitabilitas UMKM di fase kedewasaan. Penetapan harga yang tepat tidak hanya mempengaruhi daya saing produk di pasar, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap margin keuntungan yang diperoleh (Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen, 2024). Aspek fundamental harus dioptimalkan agar pengendalian biaya (cost control) dapat dipertahankan efisiensi operasional dan profitabilitas jangka panjangnya. Banyak penelitian menunjukkan bahwa UMKM mengalami kesulitan mengimplementasikan strategi pricing yang efektif dan sistem pengendalian biaya yang memadai. Keterbatasan pengetahuan perilaku konsumen sering menjadi kendala utama. Akibatnya, banyak UMKM mengalami penurunan profitabilitas atau bahkan kerugian ketika memasuki fase kedewasaan (Politeknik Negeri Bandung, 2024).

Didalam ekonomi Indonesia, tingkat inflasi yang berfluktuasi dan persaingan global yang semakin intensif, UMKM perlu memiliki strategi yang adaptif dan berkelanjutan. Kemampuan untuk menyesuaikan strategi pricing dengan kondisi pasar dan mengoptimalkan struktur biaya menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan posisi kompetitif dan profitabilitas (Shell Indonesia, 2024).

2. KAJIAN PUSTAKA

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah dibedakan berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam akses pembiayaan, teknologi, dan manajemen, sehingga memerlukan strategi yang tepat dalam pengelolaan bisnis untuk bertahan di tengah persaingan yang kompetitif.

UMKM menyerap sebagian besar tenaga kerja di banyak negara, termasuk Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia yang berarti UMKM berkontribusi terhadap Pencipta Lapangan Pekerjaan dan berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat dan meningkatkan daya beli. Dengan adanya UMKM, masyarakat memiliki akses terhadap produk dan layanan yang lebih beragam.

Setiap bisnis melewati beberapa fase dalam siklus hidupnya, yaitu: tahap pengenalan (introduction), pertumbuhan (growth), kedewasaan (maturity), dan penurunan (decline). Pada fase kedewasaan, perusahaan telah mencapai titik kestabilan dalam pendapatan dan pangsa pasar. Namun, tingkat pertumbuhan mulai melambat, dan tekanan persaingan meningkat. Oleh karena itu, UMKM di fase ini harus mengembangkan strategi yang berfokus pada efisiensi dan mempertahankan profitabilitas. Penurunan pertumbuhan dapat disebabkan oleh meningkatnya persaingan, perubahan preferensi konsumen, atau inovasi produk baru.

Strategi pemasaran yang tepat berupa pricing strategy akan menjadi sangat penting bagi pelaku usaha agar tetap bisa bersaing dan menjadi pilihan bagi konsumen (Shantilawati et al., 2024). Perumusan dan penerapan strategi pemasaran tidak hanya ditujukan bagi usaha berskala besar, namun juga pada usaha UMKM pun sebenarnya sangat membutuhkan adanya formulasi pricing strategy agar mampu bersaing dipasaran dan senantiasa berkembang.

Dalam fase kedewasaan, perusahaan perlu menerapkan manajemen strategis untuk tetap kompetitif. Menurut Mintzberg (1994), strategi harus fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan. Perusahaan harus melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Dengan pemahaman yang baik tentang posisi mereka di pasar, perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mempertahankan profitabilitas.

Strategi penetapan harga adalah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual produk atau jasa mereka. Beberapa strategi yang umum digunakan meliputi:

1. Cost-based pricing: harga ditentukan berdasarkan biaya produksi ditambah margin keuntungan.
2. Value-based pricing: harga ditentukan berdasarkan persepsi nilai pelanggan.
3. Competition-based pricing: harga disesuaikan dengan harga pesaing di pasar.

Strategi harga yang tepat dapat membantu meningkatkan daya saing produk di pasar dan menjaga margin keuntungan. Dengan menerapkan strategi harga yang tepat baik melalui pendekatan berbasis biaya, nilai, maupun kondisi pasar. UMKM dapat memperkuat posisinya dalam persaingan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan strategi pricing terhadap keunggulan kompetitif.(Engagement & Volume, 2025)

Pengendalian biaya adalah kunci untuk keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif. Penetapan harga merupakan salah satu elemen penting bagi manajemen perusahaan. Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan (biaya bahan baku, harga pokok produksi, biaya promosi) ditambah dengan persentase keuntungan yang diinginkan. (Septiani et al., 2021) Dengan menerapkan strategi dan praktik pengendalian biaya yang efektif, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan profitabilitas. Dalam konteks UMKM, pengendalian biaya yang efektif mencakup:

- a. Perencanaan anggaran (budgeting)
- b. Pengendalian terhadap biaya variable dan tetap
- c. Peningkatan efisiensi operasional
- d. Penerapan prinsip lean management atau efisiensi proses.

Dalam fase kedewasaan, profitabilitas bisa menurun jika tidak diimbangi dengan strategi pengendalian biaya dan pricing yang tepat. Profitabilitas yang stabil menunjukkan keberhasilan dalam pengelolaan usaha dan menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan manajerial. Teori profitabilitas sangat penting bagi UMKM untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas dan menerapkan strategi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka dan mencapai tujuan bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Penelitian ini dibuat dengan tujuan menganalisis strategi penetapan harga (*pricing strategy*) dan pengendalian biaya efektif dalam mempertahankan profitabilitas UMKM di fase kedewasaan, melalui pengkajian berbagai sumber ilmiah seperti jurnal, artikel, buku, serta laporan riset yang relevan.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah dokumen dan sumber tertulis yang relevan dan kredibel, seperti:

- a. Jurnal ilmiah bereputasi
- b. Buku referensi ekonomi dan manajemen UMKM
- c. Peraturan pemerintah dan data statistik dari lembaga resmi

Instrumen ini digunakan untuk mengidentifikasi tema, dan membandingkan teori terkait strategi *pricing* dan pengendalian biaya pada UMKM.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah kumpulan karya ilmiah yang membahas *pricing strategy*, pengendalian biaya, dan profitabilitas UMKM. Sampel diambil secara purposive, yakni:

1. Jurnal dengan tahun terbit terakhir (2020-2024)
2. Jurnal nasional terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi
3. Relevan dengan UMKM di fase kedewasaan atau strategi bisnis

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan dokumen dan telaah pustaka, mencakup:

- a) Identifikasi: Menentukan kata kunci seperti *pricing strategy*, *cost control*, *profitability*, *UMKM*, *business lifecycle*.
- b) Seleksi: Menyaring jurnal berdasarkan relevansi, kualitas, dan keterkinian.
- c) Kaji isi: Menganalisis isi jurnal untuk menemukan teori, hasil temuan, pendekatan, dan rekomendasi praktis.
- d) Pencatatan data: Menyusun kutipan, ringkasan, dan pengelompokan tema berdasarkan aspek penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi lapangan dan kajian literatur, strategi pricing yang diterapkan oleh UMKM pada fase kedewasaan cenderung mengarah pada strategi *competitive pricing* dan *value-based pricing*. Hal ini didorong oleh tingginya intensitas persaingan dan mulai matangnya pangsa pasar. Banyak pelaku UMKM menetapkan harga berdasarkan harga pesaing dan persepsi nilai yang diberikan kepada konsumen, alih-alih hanya berdasarkan biaya produksi (*cost-plus pricing*).

Namun demikian, sebagian besar UMKM masih belum melakukan analisis pasar secara sistematis dan mendalam untuk menetapkan harga. Praktik penentuan harga masih bersifat intuitif dan tidak terdokumentasi, sehingga kurang fleksibel dalam merespons dinamika pasar. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara harga jual dan struktur biaya aktual. Banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami pentingnya analisis pasar dan perilaku konsumen dalam menentukan harga. Akibatnya, harga yang ditetapkan sering kali tidak mencerminkan nilai produk di mata konsumen, yang dapat mengakibatkan penurunan penjualan.

Pengendalian biaya yang efektif sangat penting bagi UMKM untuk menjaga kelangsungan usaha. Di fase kedewasaan, UMKM perlu menerapkan sistem pengendalian biaya yang terstruktur, seperti penganggaran berbasis aktivitas dan analisis varians. Penggunaan teknologi informasi, seperti perangkat lunak akuntansi, dapat membantu dalam memantau dan menganalisis biaya secara real-time. Selain itu, pelatihan karyawan dalam pengelolaan biaya dapat menciptakan kesadaran akan pentingnya efisiensi biaya di seluruh organisasi.

Pengendalian biaya yang efektif meliputi beberapa elemen: pencatatan biaya secara akurat, pemisahan biaya tetap dan variabel, serta penerapan anggaran biaya operasional yang disiplin.

Metode *activity-based costing* (ABC) mulai relevan untuk diterapkan guna mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang memberikan nilai tambah dan yang tidak. Namun, keterbatasan sumber daya manusia dan pengetahuan akuntansi sering menjadi hambatan dalam implementasinya. Oleh karena itu, pendekatan sederhana seperti analisis *break-even point*, *cash flow monitoring*, dan efisiensi penggunaan bahan baku menjadi langkah yang paling banyak diadopsi.

Studi menunjukkan bahwa UMKM yang mampu menyesuaikan harga sesuai dengan biaya dan dinamika pasar, serta secara simultan mengendalikan biaya produksi dan distribusi, memiliki tingkat kelangsungan usaha yang lebih tinggi. Ketidakharmonisan antara harga dan

biaya, misalnya menjual di bawah biaya pokok karena tekanan persaingan, menjadi penyebab utama turunnya profitabilitas.

Integrasi antara strategi pricing dan pengendalian biaya sangat penting untuk mempertahankan profitabilitas UMKM. Dengan memahami struktur biaya secara mendalam, UMKM dapat menetapkan harga yang kompetitif dan menguntungkan. Misalnya, analisis biaya dapat membantu dalam menentukan titik impas dan margin keuntungan yang diinginkan, sehingga strategi pricing dapat disesuaikan untuk mencapai tujuan finansial. Kolaborasi antara tim pemasaran dan keuangan juga penting untuk memastikan bahwa keputusan harga didasarkan pada data yang akurat dan relevan.

Beberapa faktor internal yang mempengaruhi efektivitas strategi pricing dan pengendalian biaya antara lain:

- a. Kapabilitas manajerial: Kemampuan pemilik atau manajer dalam menganalisis biaya dan menetapkan harga sangat krusial.
- b. Sistem informasi akuntansi: Adanya pencatatan keuangan yang memadai mempengaruhi akurasi data biaya dan perencanaan harga.
- c. Skala produksi: UMKM dengan skala produksi lebih besar cenderung memiliki keunggulan biaya (*economies of scale*).

Adapun faktor eksternal meliputi:

1. Persaingan pasar: Tingginya kompetisi menekan harga dan memaksa efisiensi biaya.
2. Permintaan konsumen: Preferensi dan daya beli konsumen sangat menentukan fleksibilitas harga.
3. Kebijakan pemerintah: Subsidi, pajak, dan regulasi lain berpengaruh terhadap struktur biaya.
4. Perubahan dalam preferensi konsumen dan tren industri juga dapat mempengaruhi strategi yang diterapkan. Oleh karena itu, UMKM perlu melakukan analisis SWOT secara berkala untuk menyesuaikan strategi mereka dengan dinamika yang ada.

Berdasarkan temuan di atas, direkomendasikan model strategi terintegrasi berbasis tiga pilar utama, yakni:

- a) Penetapan Harga Berbasis Nilai dan Biaya (Value-Cost Pricing): Harga ditentukan berdasarkan nilai yang dirasakan konsumen dengan mempertimbangkan biaya pokok dan margin keuntungan minimal yang diinginkan.
- b) Pengendalian Biaya Berbasis Aktivitas Sederhana (Simplified ABC): Penggunaan pendekatan aktivitas dalam mengidentifikasi dan mengurangi biaya tidak produktif, meskipun dalam bentuk sederhana dan manual.

- c) Sistem Monitoring Terpadu: Penggunaan aplikasi sederhana untuk pencatatan biaya, pemantauan stok, dan evaluasi harga secara berkala, seperti aplikasi kasir digital atau spreadsheet otomatis.

Model ini diharapkan dapat meningkatkan adaptabilitas UMKM terhadap perubahan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempertahankan atau bahkan meningkatkan profitabilitas di fase kedewasaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, mengungkapkan bahwa UMKM di fase kedewasaan menghadapi tantangan dalam mempertahankan profitabilitas, terutama akibat adanya persaingan yang ketat, fluktuasi biaya, dan tekanan pasar. Temuan utama menunjukkan bahwa:

- a. Strategi pricing yang digunakan masih mudah dipahami dan kurang bergantung pada struktur biaya yang akurat atau analisis nilai.
- b. Pengendalian biaya seringkali reaktif dan tidak tercatat secara menyeluruh yang menghambat produktivitas operasional.
- c. Untuk menjaga profitabilitas, integrasi antar pricing dan pengendalian biaya diperlukan. Ini dapat dicapai dengan menggunakan model Value-Cost Pricing dan Simplified Activity-Base Costing.
- d. Keberhasilan strategi dipengaruhi oleh komponen internal, (seperti kemampuan manajer dan system informasi) dan eksternal (seperti persaingan dan peraturan).

Dengan demikian, UMKM perlu mengadopsi pendekatan yang lebih terstruktur dan berbasis data untuk mengatasi tantangan ini.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi untuk UMKM dan pemangku kepentingan:

- a. Pelatihan Manajerial: Mengadakan pelatihan keterampilan bagi pemilik UMKM dalam strategi pricing dinamis dan pengendalian biaya. Contoh: Workshop analisis break-even point dan segmentasi pasar.
- b. Penerapan Teknologi Sederhana: Menggunakan aplikasi akuntansi untuk memantau biaya, stok dan harga serta membangun system monitoring.

- c. Kolaborasi dengan lembaga pemerintah dan pendukung: Memanfaatkan inkubasi bisnis local atau program pelatihan UMKM serta mempromosikan kebijakan yang memudahkan akses pembiayaan dan teknologi bagi UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan jurnal ini, khususnya kepada dosen pembimbing dan penguji dari Universitas Pertiwi yang telah memberikan arahan dan masukan berharga selama proses penelitian. Terima kasih juga kepada para pelaku UMKM yang telah bersedia menjadi sumber data dan memberikan informasi relevan yang sangat penting bagi keberhasilan penelitian ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang strategi manajemen UMKM di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Abdilah, A. P., Rustomo, & Pristanto, R. I. (2025). Strategi pemanfaatan sarana prasarana dan pendapatan ojek online terhadap kesejahteraan keluarga (Studi kasus para ojek online di Pangkalan BTC Mall Bekasi). *Journal of Mandalika Literature*, 6(2), 377-387.
- Abdilah, F. Y. L., Pristanto, R. I., & Taryanto. (2021). Effect of transfer pricing and executive character on tax avoidance (Study on coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2020). *Jurnal Accounting and Finance*, 13(2). <https://doi.org/10.31219/osf.io/t6abp>
- Abdilah, S. A., Riyanto, D., Pristanto, R. I., & Taryanto. (2022). Pengaruh likuiditas dan solvabilitas terhadap kebijakan dividen (Studi pada perusahaan sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021). *Jurnal Accounting and Finance*, 14(1).
- Asmana, Y. (2025). Strategi pengendalian biaya dan hambatan adaptasi akuntansi manajemen pada UMKM makanan olahan di Tangerang Selatan. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 39-52.
- Engagement, C., & Volume, E. J. (2025). Pengaruh strategi pricing terhadap kinerja UMKM dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi. *Engagement Journal*, 6, 1400-1413. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1065>
- Ibrahim, R. O., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh inovasi produk dan pemanfaatan marketplace terhadap daya saing pada pelaku UMKM di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (Jambura)*, 7(1).
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Statistik UMKM 2023. <https://www.kemenkopukm.go.id>

- Nugroho, H., & Fauzi, A. (2022). Tantangan UMKM di Era Persaingan Digital: Pendekatan Manajemen Strategis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–56. <https://doi.org/10.14710/jmb.v9i1.20451>
- Prasetyo, A. R., & Fitriani, S. (2021). Peran Siklus Hidup Bisnis dalam Perumusan Strategi Harga bagi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(3), 379–391. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i3.5802>
- Pristanto, R. I., Abdillah, A., & Taryanto, T. (2022). Pengaruh brand awareness terhadap minat pembelian pada usaha kreatif Pathi's Chocolate di Sidoarjo Jawa Timur. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Rahmawati, I., & Saputra, D. A. (2022). Efisiensi Operasional dan Manajemen Biaya pada UMKM: Strategi Bertahan di Fase Kedewasaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 8(2), 120–130. <https://doi.org/10.20885/jiet.vol8.iss2.art5>
- Sari, M. D., Lestari, W. P., & Ramadhan, R. (2023). Strategi UMKM dalam Menghadapi Tahapan Kedewasaan Bisnis: Tinjauan Siklus Hidup Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2), 101–110. <https://doi.org/10.31289/ekwira.v15i2.7890>
- Septiani, I., Cahya, A. D., Kurnia, D., Khairunnisa, C., & Tim Universitas Sarjanawiyata Yogyakarta. (2021). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Home's Cafe Tana Tidung Kalimantan Utara). *Jurnal Ilmiah Feasible*, 3(2), 126-135.
- Shantilawati, I., Anindya, A., & Suryadi, I. (2024). Penerapan pricing strategy dalam manajemen bisnis pada UMKM (Studi kasus Kopi Janji Jiwa). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 929-943.
- Tambunan, C. R. (2023). Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia.
- Yuliana, T., & Hidayat, A. (2023). Strategi Penetapan Harga Berbasis Nilai dalam Persaingan Usaha Mikro. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.32424/jrebindo.v10i1.9021>