

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Perempuan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran

Resa Nurwenda^{1*}, Erna Pujihartanti²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Internasional Women University, Bandung, Indonesia

*Corresponding email: ¹ resanurwenda16@gmail.com, ² erna@iwu.ac.id

ABSTRAK

Persaingan usaha di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang kuliner semakin meningkat sehingga menuntut pelaku usaha untuk mampu meningkatkan kinerja pemasaran melalui penerapan orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk. Putri Patisserie Sukabumi merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi kue kering, pastry, dan bakery yang terus berupaya mempertahankan daya saing melalui pengembangan usaha yang dilakukan oleh wirausaha perempuan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Perempuan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert kepada konsumen Putri Patisserie Sukabumi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Putri Patisserie, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan Purposive Sampling. Pengujian data melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran Putri Patisserie Sukabumi.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan Perempuan, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

The increasing competition among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector requires business owners to improve marketing performance by implementing entrepreneurial orientation and product innovation. Putri Patisserie Sukabumi is an MSME engaged in the production of cookies, pastries, and bakery products that continuously strives to maintain its competitiveness through business development managed by a woman entrepreneur. Therefore, this study aims to determine and analyze the effect of women entrepreneurial orientation and product innovation on marketing performance at Putri Patisserie Sukabumi. This study employed descriptive and verificative methods with a quantitative approach. Data were collected through the distribution of Likert-scale questionnaires to customers of Putri Patisserie Sukabumi. The population of this study consisted of all customers of Putri Patisserie, while the sample included 100 respondents selected using the purposive sampling technique. Data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing (t-test and F-test) with the assistance of IBM SPSS Statistics Version 27. The research results indicate a positive and significant influence of women's entrepreneurial orientation and product innovation on the marketing performance of Putri Patisserie Sukabumi.

Keywords: Women Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Marketing Performance, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia, tingkat persaingan usaha juga semakin tinggi sehingga pelaku usaha dituntut memiliki kemampuan untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui strategi bisnis yang tepat. Kondisi tersebut menjadikan orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk sebagai faktor penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Data Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak menunjukkan bahwa sekitar 64,5% pelaku UMKM di Indonesia merupakan perempuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki kontribusi besar dalam perkembangan sektor

UMKM sehingga kemampuan perempuan dalam mengelola usaha, menciptakan inovasi, serta membaca peluang pasar menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis.

Salah satu UMKM yang dikelola perempuan adalah Putri Patisserie Sukabumi yang bergerak di bidang kue kering, pastry, dan bakery. Sejak berdiri tahun 2015, usaha ini terus melakukan pengembangan produk melalui varian rasa, desain kemasan, serta sistem tabungan kue kering yang menjadi ciri khas usaha. Inovasi tersebut dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah produk sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen.

Meskipun demikian, data penjualan menunjukkan bahwa setelah mengalami peningkatan dari 1.500 toples pada tahun 2021 menjadi 5.000 toples pada tahun 2025. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan belum tentu menjamin keberlanjutan kinerja pemasaran sehingga diperlukan penguatan orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk agar mampu mempertahankan daya saing usaha.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran UMKM yang dikelola oleh perempuan.

LANDASAN TEORI

Orientasi Kewirausahaan Perempuan

Orientasi Kewirausahaan Perempuan merupakan kecenderungan perilaku perempuan dalam mengelola dan mengembangkan usaha melalui kemampuan menciptakan inovasi, bersikap proaktif, berani mengambil risiko, memiliki kemandirian dalam mengambil keputusan, serta mampu bersaing di pasar. Konsep Women Entrepreneurial Orientation (WEO) menekankan bahwa perempuan tidak hanya berperan sebagai pemilik usaha, tetapi juga sebagai penggerak inovasi dan pencipta keunggulan bersaing dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dimensi orientasi kewirausahaan perempuan meliputi inovatif, proaktif, keberanian mengambil risiko, kemandirian dan agresivitas bersaing.

Dalam konteks UMKM kuliner, orientasi kewirausahaan perempuan berperan penting dalam mendorong kemampuan pelaku usaha untuk membaca peluang pasar, mengambil keputusan strategis, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Semakin besar peluang usaha untuk meningkatkan daya saing dan mencapai kinerja pemasaran.

Inovasi Produk

Inovasi Produk merupakan proses pengembangan atau pembaruan produk yang bertujuan memberikan nilai tambah kepada konsumen sekaligus meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut Tjiptono (2023), inovasi produk tidak hanya berupa menciptakan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan kualitas produk, variasi produk, desain kemasan, dan diferensiasi visual yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Dalam penelitian ini, inovasi produk diukur melalui dua dimensi, yaitu karakteristik dan kualitas produk dan diferensiasi visual.

Kinerja Pemasaran

Kinerja Pemasaran merupakan ukuran keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran yang tercermin melalui peningkatan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan peningkatan pendapatan usaha. Ferdinand Augusty (2023) menjelaskan bahwa kinerja pemasaran dapat diukur melalui hasil penjualan dan pendapatan serta penguasaan dan pertumbuhan pasar.

Pada UMKM, kinerja pemasaran mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan dalam mempertahankan pelanggan, meningkatkan volume penjualan, dan memperluas

pangsa pasar. Oleh karena itu, peningkatan orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja pemasaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi orientasi kewirausahaan perempuan, inovasi produk dan kinerja pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Putri Patisserie Sukabumi yang bergerak di bidang produksi kue kering, pastry, dan bakery. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Putri Patisserie Sukabumi. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu responden yang pernah membeli produk kue kering Putri Patisserie dan memenuhi kriteria penelitian.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka, dokumen perusahaan, buku, jurnal ilmiah, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan Perempuan (X1) dan Inovasi Produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kinerja Pemasaran (Y). Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa seluruh item pernyataan layak digunakan dalam penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 27. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji parsial (Uji t), dan uji simultan (Uji F) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel Independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan Perempuan

Indikator Variabel	Corrected item-Total Correlation (rhitung)	rtabel	Keterangan
X1.1	0.402	0.1966	Valid
X1.2	0.435	0.1966	Valid
X1.3	0.487	0.1966	Valid
X1.4	0.508	0.1966	Valid
X1.5	0.567	0.1966	Valid
X1.6	0.485	0.1966	Valid
X1.7	0.410	0.1966	Valid
X1.8	0.471	0.1966	Valid
X1.9	0.412	0.1966	Valid
X1.10	0.454	0.1966	Valid
X1.11	0.604	0.1966	Valid
X1.12	0.440	0.1966	Valid
X1.13	0.470	0.1966	Valid
X1.14	0.496	0.1966	Valid
X1.15	0.401	0.1966	Valid

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Tabel 2 Uji Validitas Inovasi Produk

Indikator Variabel	Corrected item-Total Correlation (rhitung)	rtabel	Keterangan
X2.1	0.838	0.1966	Valid
X2.2	0.810	0.1966	Valid
X2.3	0.840	0.1966	Valid
X2.4	0.845	0.1966	Valid
X2.5	0.816	0.1966	Valid
X2.6	0.810	0.1966	Valid

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Tabel 3 Uji Validitas Kinerja Pemasaran

Indikator Variabel	Corrected item-Total Correlation (rhitung)	rtabel	Keterangan
Y1	0.702	0.1966	Valid
Y2	0.630	0.1966	Valid
Y3	0.672	0.1966	Valid
Y4	0.562	0.1966	Valid
Y5	0.605	0.1966	Valid
Y6	0.655	0.1966	Valid

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan dari hasil uji diatas variabel Orientasi Kewirausahaan Perempuan, Inovasi Produk, dan Kinerja Pemasaran menunjukkan bahwa rhitung > rtabel (0,1966) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan Perempuan (X1)	0.739	Reliabel
Inovasi Produk (X2)	0.906	Reliabel
Kinerja Pemasaran (Y)	0.709	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas pada tabel 4 di atas, diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki Cronbach's Alpha $\geq 0,60$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabel, dan layak dalam tahap analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Metode	Nilai Signifikansi	Kriteria	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,102	Sig. >0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan dari hasil uji normalitas tabel 5 di atas, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,102. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga data tersebut dinyatakan

berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan untuk analisis.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1 (Constant)	2.764	2702		1.023	.309		
Total_X1	.332	.042	.616	7.945	<.001	.930	1.075
Total_X2	.089	.042	.165	2.130	.036	.930	1.075

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 6. Variabel Orientasi Kewirausahaan Perempuan (X1) dan Inovasi Produk (X2) masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,930 ($>0,10$) dan VIF sebesar 1,075 (<10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen. Oleh karena itu, model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas dan layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Metode	Hasil	Ketentuan
Scatterplot	Titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga varians residual bersifat konstan dan model regresi memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Tolerance
1 (Constant)	2.764	2702		1.023	.309	
Total_X1	.332	.042	.616	7.945	<.001	.930
Total_X2	.089	.042	.165	2.130	.036	.930

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 8 di atas, hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan Perempuan (X1), dan Inovasi Produk (X2) memiliki koefisien regresi linear berganda bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan

orientasi kewirausahaan perempuan maupun inovasi produk akan diikuti oleh peningkatan kinerja pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of The Estimate
1	.678	.459	.448	1.573

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh R sebesar 0,678 yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel Orientasi Kewirausahaan Perempuan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran berada pada kategori kuat.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 10. Uji t

Variabel	t hitung	Sig.	Keputusan
Orientasi Kewirausahaan Perempuan	7.945	<0,01	H1 Diterima
Inovasi Produk	2.130	.036	H2 Diterima

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji parsial di atas, diperoleh nilai t hitung sebesar 7,945 dengan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, sehingga H1 diterima.

Berdasarkan hasil uji parsial di atas, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,130 dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, sehingga H2 diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 11. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	203.83	2	101.916	41.198	<0,001
Regression	239.958	97	2.474		
Residual					
Total	443.790	99			

Sumber: Olah data SPSS 27, 2026

Berdasarkan hasil uji F di atas pada tabel 11. Diperoleh nilai f hitung sebesar 41,198 dengan nilai signifikansi $<0,001$ sehingga H3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Perempuan dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Perempuan terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran, dengan nilai t hitung sebesar 7,945 dan $\text{sig } 0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan perempuan yang diterapkan maka semakin meningkat pula kinerja pemasaran UMKM Putri Patisserie Sukabumi. Hasil Penelitian ini sejalan dengan Haylemariam et al. (2024) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan perempuan berperan dalam meningkatkan daya saing usaha melalui kemampuan mengenali peluang, mengambil keputusan strategis, dan menciptakan inovasi yang mampu meningkatkan kinerja pemasaran.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, dengan nilai t hitung sebesar 2,130 dan $\text{sig } 0,036 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk, variasi produk serta inovasi desain dan kemasan mampu meningkatkan daya tarik produk sehingga berdampak pada peningkatan kinerja pemasaran. Temuan ini sejalan dengan pendapat Fandy Tjiptono (2023) yang menyatakan bahwa inovasi produk merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan nilai tambah melalui pengembangan produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Perempuan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, dengan nilai f hitung sebesar 41,198 dan $\text{sig } 0,001 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,459 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 45,9% variasi kinerja pemasaran, sedangkan 54,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini sejalan dengan Augusty Ferdinand (2023) yang menyatakan bahwa peningkatan kinerja pemasaran dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengembangkan strategi yang berorientasi pada keunggulan bersaing dan penciptaan nilai bagi konsumen melalui inovasi yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan perempuan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 45,9% variasi kinerja pemasaran, sedangkan 54,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Perempuan dan Inovasi Produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan Kinerja Pemasaran pada UMKM Putri Patisserie Sukabumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, F. (2023). *Marketing Strategic*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haylemariam, S., Oduro, S., Mainolfi, G., & De Nisco, A. (2024). Women Entrepreneurial Orientation: A Systematic Literature Review. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 16(1), 21–39.
- Henuk-Kacaribu, A. (2023). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta: Prenadamedia
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New Jersey: Wiley.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2023). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Alanariri. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pemasaran, dan Kapabilitas Inovasi Organisasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18(2), 112–126.
- Anderson, P., & Brown, T. (2024). Women Entrepreneurial Orientation and SME Marketing Performance. *Journal of Small Business Management*, 62(4), 501–517.
- Nuratri, B., & Sofiati, E. (2024). Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(3), 457–464
- Salsabila, N. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 88–101.
- Yacob, S. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(3), 552–563.