

Strategi Distribusi Produk oleh Pedagang Musiman UMKM di Kawasan Wisata Religi Makam Gus Dur: Efisiensi, Peluang, dan Tantangan

Ahmad Arfah

Universitas Hang Tuah, Surabaya, Indonesia

* Email Korespondensi: arfah.uht@gmail.com

Diterima: 20-07-2025 | Disetujui: 30-07-2025 | Diterbitkan: 02-08-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the product distribution strategies adopted by seasonal traders in the religious tourism area of Gus Dur's Tomb in Jombang, Indonesia. As a major pilgrimage destination, the site attracts thousands of visitors annually, creating significant economic opportunities for local micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Using a descriptive qualitative approach, data were collected through field observations and semi-structured interviews with traders and consumers. The findings reveal that distribution strategies are adaptive and location-based, relying on direct sales without intermediaries, which promotes operational efficiency and builds consumer trust. Informal distribution patterns proved effective during peak demand periods, especially during the annual commemoration (haul). However, traders face persistent challenges, including limited infrastructure and lack of institutional support. This study highlights the need for local government intervention, entrepreneurship training, and multi-stakeholder collaboration to foster a sustainable and inclusive distribution ecosystem. The findings contribute to the broader discourse on local economic development and MSME resilience in religious tourism contexts.

Keywords: product distribution, seasonal MSMEs, religious tourism, local economy, Gus Dur's Tomb

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi distribusi produk oleh pedagang musiman di kawasan wisata religi Makam Gus Dur, Jombang. Kawasan ini menjadi pusat kunjungan peziarah setiap tahun, menciptakan peluang ekonomi lokal khususnya bagi pelaku UMKM. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan wawancara semi-struktur terhadap pedagang dan konsumen. Hasil menunjukkan bahwa strategi distribusi bersifat fleksibel dan berbasis lokasi strategis, dengan sistem penjualan langsung tanpa perantara yang memungkinkan efisiensi operasional. Pola distribusi informal ini mampu beradaptasi dengan fluktuasi permintaan, terutama saat momen haul. Namun, pedagang menghadapi tantangan seperti keterbatasan fasilitas pendukung dan minimnya dukungan kelembagaan. Studi ini menegaskan pentingnya intervensi pemerintah daerah, pelatihan kewirausahaan, serta kolaborasi multipihak dalam menciptakan ekosistem distribusi yang berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap literatur pengembangan ekonomi lokal dan penguatan UMKM di sektor wisata religi.

Kata Kunci: distribusi produk, UMKM musiman, wisata religi, ekonomi lokal, Makam Gus Dur

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ahmad Arfah. (2025). Strategi Distribusi Produk oleh Pedagang Musiman UMKM di Kawasan Wisata Religi Makam Gus Dur: Efisiensi, Peluang, dan Tantangan. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 184-192.
<https://doi.org/10.62710/a6069x67>

PENDAHULUAN

Kawasan Makam KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) di Jombang telah menjadi salah satu destinasi wisata religi paling berpengaruh di Indonesia, menarik ribuan peziarah setiap tahunnya, terutama saat peringatan haul dan hari besar keagamaan (Dwi Yana & Sudrajat, 2024). Fenomena ini tidak hanya berdimensi spiritual, tetapi juga menciptakan dampak ekonomi lokal yang substansial, terutama bagi pedagang musiman dan pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner, souvenir, dan perlengkapan ibadah (Pranata & Satrya, 2019; Sasongko, 2020).

Pengembangan wisata religi seperti di kawasan Makam Gus Dur berdampak pada peningkatan infrastruktur, peluang usaha, dan partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan ekonomi (Islamiyah, 2018; Kartika et al., 2020). Aksesibilitas, daya tarik, dan amenitas yang tersedia menjadi faktor kunci penentu jumlah kunjungan wisatawan (Zuhriah et al., 2022). Dalam konteks ini, UMKM lokal memiliki peluang besar untuk memanfaatkan arus peziarah dengan menyajikan produk khas yang dikemas secara menarik, baik secara spiritual maupun ekonomis (Mayasari et al., 2024).

Distribusi merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang menentukan ketersediaan produk di tempat dan waktu yang tepat (Kotler & Keller, 2016). Pedagang musiman umumnya mengandalkan strategi distribusi langsung dengan memanfaatkan momentum keagamaan, namun tanpa struktur distribusi formal yang kuat (Hutabarat et al., 2023). Efisiensi sistem ini bergantung pada kesiapan stok, lokasi strategis, serta kepercayaan konsumen terhadap simbol-simbol keagamaan yang melekat pada produk.

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di kawasan wisata religi mencakup keterbatasan manajerial, keterampilan digital, dan akses pada pelatihan pemasaran serta modal usaha (Pratama, 2023; Susanto et al., 2024). Persaingan yang semakin tinggi, kurangnya regulasi, serta tidak adanya koperasi atau wadah formal turut memperlemah daya saing mereka dalam jangka panjang (Choirunnisa et al., 2025).

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi distribusi yang diterapkan oleh UMKM musiman di sekitar Makam Gus Dur, menilai efisiensi pendekatan yang digunakan, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang mereka hadapi dalam konteks distribusi produk kepada konsumen peziarah.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Distribusi UMKM

Distribusi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang bertujuan untuk memastikan produk sampai ke konsumen dengan cara paling efisien dan efektif (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks UMKM, distribusi langsung sering menjadi pilihan karena keterbatasan skala usaha dan biaya logistik. Studi oleh Hutabarat et al. (2023) menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro cenderung menggunakan distribusi langsung ke konsumen di kawasan wisata, karena lebih menguntungkan secara margin dan dapat memanfaatkan interaksi langsung untuk promosi informal.

Ekonomi Wisata Religi dan Peran UMKM

Wisata religi memiliki dampak ekonomi lokal yang signifikan melalui penciptaan peluang usaha bagi masyarakat sekitar (Dwi Yana & Sudrajat, 2024). Di kawasan Makam Gus Dur, UMKM lokal

memanfaatkan arus peziarah dengan menawarkan produk khas, seperti makanan tradisional, minyak wangi, dan suvenir religi (Sasongko, 2020). Kehadiran peziarah menciptakan pasar temporer yang sangat bergantung pada momen keagamaan, terutama saat haul atau hari besar Islam (Zuhriah et al., 2022).

Tantangan Operasional dan Regulatori UMKM Musiman

Kegiatan pedagang musiman umumnya belum terintegrasi dalam sistem distribusi formal. Hal ini berdampak pada ketidakstabilan pendapatan, kurangnya kontrol kualitas, dan kesulitan dalam pengelolaan inventori (Susanto et al., 2024). Choirunnisa et al. (2025) menambahkan bahwa aspek legalitas seperti izin usaha dan sertifikasi halal sering kali belum terpenuhi, padahal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pasar.

Dukungan Institusional dan Pemberdayaan

Pelatihan, pendampingan, serta pembentukan koperasi menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM musiman (Sudiartini et al., 2020). Beberapa studi menunjukkan bahwa kerja sama antara pemerintah daerah, komunitas pesantren, dan pelaku usaha dapat memperkuat ekosistem ekonomi lokal berbasis wisata religi (Mayasari et al., 2024). Model pemberdayaan partisipatif juga relevan untuk konteks ini, terutama dengan melibatkan tokoh agama sebagai agen penghubung sosial dan pasar (Kartika et al., 2020).

Tinjauan ini menjadi dasar konseptual untuk menganalisis strategi distribusi yang diterapkan oleh pedagang musiman di sekitar Makam Gus Dur dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan keberlanjutan distribusi produk UMKM di kawasan wisata

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam praktik distribusi produk oleh pedagang musiman di kawasan wisata religi Makam Gus Dur, Jombang. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengamati konteks sosial secara alami dan memahami pengalaman subjektif pelaku UMKM dalam lingkup distribusi informal (Creswell, 2014).

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi langsung dan wawancara semi-struktur. Observasi dilakukan pada area sekitar kompleks Makam Gus Dur dalam radius 500 meter, mencakup titik-titik konsentrasi pedagang musiman seperti area parkir, pintu masuk makam, dan jalur utama peziarah. Peneliti mencatat aktivitas jual beli, jenis produk yang dijual, serta pola interaksi antara pedagang dan konsumen. Pendekatan ini mendukung penggalan konteks distribusi yang fleksibel dan adaptif, sebagaimana ditekankan oleh Yin, (2011) dalam studi kualitatif berbasis lapangan.

Wawancara dilakukan terhadap lima pedagang musiman dan tiga konsumen peziarah. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan berdasarkan tujuan dan relevansi dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2022). Kriteria informan mencakup pelaku usaha musiman yang aktif minimal dua tahun dan konsumen yang rutin mengunjungi situs wisata religi ini. Pertanyaan wawancara mencakup strategi distribusi, perencanaan stok, sumber pasokan, pengalaman penjualan, serta persepsi terhadap potensi dan kendala usaha musiman.

Data dianalisis menggunakan teknik reduksi tematik dan kategorisasi. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola berulang dalam strategi distribusi dan tantangan operasional pedagang musiman (Braun & Clarke, 2006). Validitas data diperkuat melalui triangulasi sederhana dengan membandingkan temuan dari observasi dan wawancara. Selain itu, konfirmasi dengan tokoh lokal dan analisis dokumen pendukung juga dilakukan untuk memastikan kredibilitas informasi lapangan (Patton, 2002).

Hasil dari metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai pola distribusi UMKM musiman dan rekomendasi kebijakan yang dapat mendukung keberlanjutan ekonomi lokal di kawasan wisata religi Makam Gus Dur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi distribusi yang diterapkan oleh pedagang musiman di sekitar Makam Gus Dur bersifat fleksibel dan kontekstual. Pedagang memanfaatkan lokasi strategis di jalur utama peziarah dan menggunakan sistem penjualan langsung tanpa perantara. Strategi ini memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta memudahkan penyesuaian harga sesuai kondisi pasar (Khomaeni & Juliyendi, 2024; Yanti & Prayitno, 2025).

Beberapa pedagang juga memanfaatkan simbol-simbol keagamaan seperti status haji untuk menambah kepercayaan sosial (Sulthoni et al., 2013), serta menekankan kualitas produk dan keadilan dalam praktik bisnis sesuai nilai Islam (Putra, 2023; Wildana et al., 2024). Di sisi lain, sebagian pedagang muda mulai mengadopsi pemasaran digital secara terbatas untuk menjangkau konsumen lebih luas (Astraguna, 2024).

Sebagian besar barang dagangan diperoleh dari pemasok lokal dan stok disesuaikan berdasarkan prediksi jumlah peziarah. Momen haul Gus Dur menjadi titik puncak aktivitas penjualan, sehingga stok sering kali digandakan. Model distribusi informal ini dinilai efisien karena minim biaya logistik dan tidak memerlukan sistem distribusi kompleks (Indrawati, 2013; Kasengkang, 2016).

Namun demikian, para pedagang menghadapi tantangan serius seperti keterbatasan fasilitas penyimpanan, akses air bersih, dan sanitasi. Minimnya dukungan kelembagaan juga menjadi kendala utama dalam pengembangan kapasitas usaha, baik dari segi permodalan maupun pelatihan distribusi (Hadi, 2019; Sudiartini et al., 2020).

Pembahasan ini memperkuat temuan Hutabarat et al. (2023) bahwa distribusi langsung oleh usaha mikro dapat menjadi solusi efisien dalam konteks wisata temporer. Namun keberlanjutan usaha ini sangat tergantung pada keterlibatan pemerintah daerah dan program pemberdayaan komunitas (Susanto et al., 2024).

Studi-studi lain menggarisbawahi pentingnya pemberdayaan dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata religi yang berkelanjutan (Mustakim & Hos, 2025; Nugroho, 2023). Proses ini mencakup peningkatan kesadaran, pelatihan keterampilan, serta penguatan kelembagaan lokal. Upaya penguatan ekonomi lokal melalui UMKM juga dapat berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan pelestarian budaya (Eraku et al., 2023; Yuningsih et al., 2023).

Dalam konteks ini, pelatihan kewirausahaan, pemasaran digital, dan perizinan formal menjadi strategi yang krusial (Marsuking et al., 2022; Pauzi, 2024; Rifia, 2023). Kolaborasi multipihak antara

pemerintah, tokoh agama, dan lembaga pendidikan dapat menciptakan ekosistem pendukung UMKM di destinasi wisata religi (Masrun et al., 2019).

Strategi adaptif juga menjadi kunci ketahanan UMKM, khususnya setelah pandemi COVID-19. Penggunaan e-commerce, inovasi produk, dan pendekatan berbasis komunitas terbukti memperkuat daya tahan dan fleksibilitas pelaku usaha dalam menghadapi krisis (Alfin, 2021; Hardilawati, 2020; Suryawati et al., 2023).

Secara keseluruhan, pola distribusi pedagang musiman di Makam Gus Dur menunjukkan karakteristik adaptif, berbasis relasi sosial, dan responsif terhadap dinamika pasar peziarah. Dengan penguatan kelembagaan dan intervensi kebijakan yang tepat, UMKM musiman berpotensi menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi distribusi pedagang musiman di sekitar Makam Gus Dur bersifat informal namun adaptif, dengan memanfaatkan lokasi strategis, interaksi langsung, dan sistem pasokan berbasis kebutuhan musiman. Momen religius seperti haul Gus Dur menjadi peluang puncak yang dimanfaatkan dengan perencanaan stok yang fleksibel.

Model distribusi ini terbukti efisien dalam konteks ekonomi lokal, meskipun dihadapkan pada tantangan keterbatasan infrastruktur dan dukungan kelembagaan. Keberlanjutan usaha sangat bergantung pada intervensi pemerintah daerah, pelatihan kewirausahaan, dan penguatan kapasitas kelembagaan komunitas.

Pemberdayaan UMKM musiman di kawasan wisata religi membutuhkan kolaborasi multipihak untuk membangun ekosistem distribusi yang inklusif dan berkelanjutan. Upaya ini tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi lokal, tetapi juga mendukung pelestarian nilai-nilai budaya dan spiritual yang hidup dalam tradisi ziarah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A. (2021). *ANALISIS STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI KRISIS DI ERA PANDEMI COVID-19*. <https://doi.org/10.47492/JIP.V1i8.280>
- Astraguna, I. W. (2024). Inside the Minds of Traders: Strategi Komunikasi Pemasaran para pedagang di Pasar Tradisional Karang Jasi, Kota Mataram. *Widya Duta Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 19(1), 67–78. <https://doi.org/10.25078/wd.v19i1.3160>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Choirunnisa, A., Jannah, R., Ulum, B., & Alwi, M. A. (2025). OPTIMALISASI SERTIFIKAT PRODUK HALAL BAGI PELAKU USAHA UMKM: STRATEGI DAN TANTANGAN (STUDI ANALISIS DESA JEDONG KELURAHAN URUNGAGUNG). *ABDIANDAYA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 28–38. <https://doi.org/10.56997/abdiandaya.v3i1.2057>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4 ed.). SAGE Publications.

- Dwi Yana, M., & Sudrajat, A. (2024). ANALISIS FENOMENA RELIGI, KOMERSIAL, DAN EDUKASI DI WISATA RELIGI GUS DUR: SEBUAH PERSPEKTIF SOSIOLOGI PARIWISATA. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 5(1), 95–105. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v5i1.1239>
- Eraku, S. S., Pambudi, M. R., & Kobi, W. (2023). Inovasi Berkelanjutan: Memperkuat Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Wisata Hiu Paus yang Berkelanjutan di Desa Botubarani. *Geosfera: Jurnal Penelitian Geografi*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.34312/geojpg.v2i1.20003>
- Hadi, N. (2019). Transaksi Pedagang Asongan Menurut Ekonomi Syariah. *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 30(2), 308–323. <https://doi.org/10.33367/tribakti.v30i2.815>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hutabarat, S. L., Syahputri, S., & Amelia, R. (2023). Analisis Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Nanas Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 66–71. <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i2.674>
- Indrawati, T. (2013). ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PEMBENTUKKAN HARGA BARANG KEBUTUHAN POKOK DI KOTA PEKANBARU.
- Islamiyah, W. (2018). *Studi Eksploratif tentang Faktor-Faktor Pendukung Pengembangan Kawasan Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) di Kabupaten Jombang*.
- Kartika, S. M. H., Diartho, H. C., & Prianto, F. W. (2020). Pengembangan Wisata Religi Makam Gus Dur di Kabupaten Jombang Pendekatan: Community Based Tourism. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(3), 195–208. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2020.4.3.195-208>
- Kasengkang, R. (2016). ANALISIS LOGISTIK (STUDI KASUS PADA PT. REMENIA SATORI TEPAS-KOTA MANADO).
- Khomaeni, M. I., & Juliyendi, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Omzet Pedagang Muslim Pasar Jaya Gondangdia Jakarta Pusat. *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 5(01), 39–57. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v5i01.1724>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education. <https://www.pearson.com/store/p/marketing-management/P100000633888>
- Marsuking, M., Ariyani, A. D., Hidayah, N., Fajri, R. N., Layli, M., Setiorini, K. R., Suryono, A., Nazilah, A. A., & Mulyani, A. T. (2022). Pemberdayaan dan Penguatan UMKM di Dusun Gandekan, Kelurahan Guwosari, Kapanewon Pajangan, Kabupaten Bantul, DIY. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA*, 1(3), 16–24. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v1i3.309>
- Masrun, M., Jupri, A., & Firmansyah, M. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Dalam Rangka Pengembangan Pariwisata Melalui Pengelolaan Desa Wisata Pantai Gili Gede Sekotong Kabupaten Lombok Barat. *Journal of Economics and Business*, 5(2), 32–52. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v5i2.43>
- Mayasari, I., Carina, A., Setiawan, A., & Rahmawati, A. (2024). SOSIALISASI WISATA RELIGI MAKAM KIBUYUT TERIK SEBAGAI PELUANG PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DESA TLEMANG KECAMATAN NGIMBANG KABUPATEN LAMONGAN. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 7(2). <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v7i2.10445>

- Mustakim, A., & Hos, J. (2025). KAJIAN LITERATUR STRATEGI PEMBERDAYAAN KOMUNITAS PENGELOLA WISATA DALA M Mendukung Keberhasilan Desa Wisata. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative E Conomy*, 5(1), 53–64. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v5i1.10824>
- Nugroho, D. (2023). Keterlibatan Komunitas dalam Pemberdayaan dan Pengentasan Kemiskinan Ekstrem: Membangun Kesejahteraan Sosial-ekonomi melalui Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Salus Cultura: Jurnal Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan*, 3(2), 113–124. <https://doi.org/10.55480/saluscultura.v3i2.117>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Sage Publications.
- Pauzi, P. (2024). Pendekatan Strategis Untuk Pengembangan UMKM Pada Destinasi Wisata. *Economica Insight*, 1(1), 25–30. <https://doi.org/10.71094/ecoin.v1i1.32>
- Pranata, L., & Satrya, D. G. (2019). Makam Gus Dur, Ikon Pariwisata Jombang*. *Business and Finance Journal*, 4(1), 25–32. <https://doi.org/10.33086/bfj.v4i1.1092>
- Pratama, I. W. A. (2023). PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM KUBE SARASWATI SEBAGAI SARANA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA WISATA JATILUWIH, TABANAN-BALI. *BINA CIPTA*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46837/binacipta.v2i1.12>
- Putra, I. C. (2023). Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 4(1), 51. <https://doi.org/10.24014/ibf.v4i1.21824>
- Rifia, T. N. I. (2023). STRATEGI MENUMBUH KEMBANGKAN EKONOMI KREATIF & UMKM SETELAH PANDEMI COVID 19; STUDI KUALITATIF PARA PELAKU UMKM DI KAWASAN WISATA CIUNG WANARA KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(1), 180–186. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i1.1140>
- Sasongko, R. W. D. (2020). DAMPAK EKONOMI WISATA ZIARAH MAKAM GUS DUR DALAM UPAYA PENGEMBANGAN PA RIWISATA JOMBANG. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.59452>
- Sudiartini, N. W. A., Kardini, N. L., Mulyani, P. A., & Sariyani, N. L. P. (2020). STRATEGI BISNIS PEDAGANG KAKI LIMA PADA MASA SOCIAL DISTANCING DI KOTA DENPASAR. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14(10), 3389. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i10.562>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulthoni, M., Muhlisin, M., & Mutho'in, M. (2013). HAJI DAN KEGAIRAHAN EKONOMI: Menguak Makna Ibadah Haji Bagi Pedagang Muslim di Yogyakarta. *JURNAL PENELITIAN*, 9(1). <https://doi.org/10.28918/jupe.v9i1.130>
- Suryawati, S., Budi Helpiastuti, S., Firdaus, A., & Suji, S. (2023). Model Pendekatan Adaptif sebagai Upaya Membangkitkan Resiliensi UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(1), 60–72. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i1.51741>
- Susanto, B. F., Muchlis, Maulana, R., Fauzan, M., & Widyawati. (2024). STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM BERBASIS DIGITAL DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR: PELUANG DAN TANTANGAN. *JURNAL ANALISIS MANAJEMEN*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.32520/jam.v10i1.3584>

- Wildana, Sirajuddin, & Muslihati. (2024). Strategi Pemasaran Pada Pedagang Teripang Di Pulau Barrang Lompo Kota Makassar. *At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.24252/attawazun.v4i1.45213>
- Yanti, N. W. P., & Prayitno, J. (2025). Strategi Efisiensi Distribusi Produk Makanan Ringan Dalam Menghadapi Tantangan Geografis Di Kabupaten Lombok Tengah. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 3719–3725. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.6805>
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. Guilford Press.
- Yuningsih, N., Asral, & Harisandi, P. (2023). PEMBERDAYAAN DAN PEMASARAN PRODUK UMKM KAB.BEKASI MELALUI BAZAR UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(1), 16–21. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i1.39>
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., & Widiawati, D. (2022). Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.26905/jt.v2i1.7210>