
Analisis Faktor-Faktor Kegagalan UMKM di Sektor Fashion: Studi Kasus di Jakarta Selatan Manajemen Perubahan

Rismawati¹, Alifia Anggraini², Putri Cahyani³, Nahampun widia pratama⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa

E-mail : risma@pelitabangsa.ac.ad¹, alifiagrr@gmail.com², putricahyani786@gmail.com³, nahampunwidia26@gmail.com⁴

ABSTRACT

This study examines the factors that contribute to the failure of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the fashion sector in South Jakarta. Using a case study approach, this study involved 50 fashion MSME actors who failed to survive in the last three years 2022-2024. Data collection methods include in-depth interviews, questionnaires, and field observations. The results of the analysis identified five main factors causing the failure of fashion MSMEs in South Jakarta: limited capital and financial access, weak management and business strategies, lack of innovation and competitiveness, lack of use of digital technology, and the prolonged impact of the pandemic. This research provides strategic recommendations for fashion MSME actors to increase business resilience, including digital marketing optimization, product diversification, business management training, and access to alternative funding.

Keywords: *Business Failure, Competitiveness, Digitalization.*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi pada kegagalan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor fashion di Jakarta Selatan. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian ini melibatkan 50 pelaku UMKM fashion yang gagal bertahan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir 2022-2024. Metode pengumpulan data mencakup wawancara mendalam, kuesioner, dan observasi lapangan. Hasil analisis mengidentifikasi lima faktor utama penyebab kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan: keterbatasan modal dan akses finansial, lemahnya manajemen dan strategi bisnis, kurangnya inovasi dan daya saing, minimnya pemanfaatan teknologi digital, dan dampak pandemi yang berkepanjangan. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM fashion untuk meningkatkan ketahanan bisnis, termasuk optimalisasi pemasaran digital, diversifikasi produk, pelatihan manajemen bisnis, serta akses pendanaan alternatif.

Kata Kunci: Kegagalan Bisnis, Daya Saing, Digitalisasi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, hingga akhir tahun 2023, UMKM menyumbang sekitar 61,07% dari PDB nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Di DKI Jakarta, khususnya Jakarta Selatan, sektor fashion menjadi salah satu penggerak utama ekonomi kreatif dengan pertumbuhan yang signifikan sejak 2018. Namun, di balik potensi besar tersebut, tingkat kegagalan UMKM di sektor fashion juga cukup tinggi.

Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Jakarta Selatan menunjukkan bahwa dari total 1.250 UMKM fashion yang terdaftar pada tahun 2022, sebanyak 320 usaha (25,6%) tidak mampu bertahan hingga tahun 2024. Fenomena ini mengindikasikan adanya tantangan struktural dan sistemik yang belum sepenuhnya teratasi. Pandemi COVID-19 yang melanda sejak 2020 semakin memperburuk kondisi ini. Meskipun telah memasuki era endemi, dampak jangka panjang pandemi terhadap UMKM fashion di Jakarta Selatan masih terasa, terutama dalam hal perubahan pola konsumsi masyarakat, gangguan rantai pasok, dan adaptasi teknologi digital.

Jakarta Selatan, sebagai salah satu pusat ekonomi dan gaya hidup di DKI Jakarta, memiliki karakteristik pasar yang unik. Kawasan ini dikenal dengan konsentrasi pusat perbelanjaan modern, komunitas kelas menengah-atas yang potensial, serta keberadaan area kreatif seperti Blok M, Kemang, dan Gandaria yang

menjadi pusat perkembangan industri fashion. Namun, tingginya persaingan, mahalnya biaya operasional, dan cepatnya perubahan tren menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM fashion di wilayah ini.

Studi komprehensif mengenai faktor-faktor kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan masih terbatas. Beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Wibowo dan Santoso (2022) serta Rahmawati (2023) lebih berfokus pada aspek permodalan dan dampak pandemi secara umum, namun belum mengkaji secara mendalam tentang aspek manajemen, inovasi, dan adaptasi teknologi dalam konteks UMKM fashion. Keterbatasan ini menjadi dasar pentingnya penelitian ini dilakukan, untuk memberikan gambaran komprehensif dan analisis mendalam tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan.

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor utama yang menyebabkan kegagalan UMKM di sektor fashion di Jakarta Selatan dalam kurun waktu 2022-2024.
2. Mengevaluasi dampak pandemi COVID-19 terhadap keberlanjutan UMKM fashion di Jakarta Selatan.
3. Mengkaji korelasi antara kapasitas adaptasi teknologi digital dengan ketahanan bisnis UMKM fashion.
4. Merumuskan rekomendasi strategis berbasis bukti untuk meningkatkan daya tahan dan daya saing UMKM fashion di Jakarta Selatan.

5. Mengembangkan model pendampingan yang efektif bagi pelaku UMKM fashion untuk mengantisipasi dan mengatasi faktor-faktor penyebab kegagalan usaha.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Masalah

Penelitian ini berfokus pada identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor utama yang berkontribusi pada kegagalan UMKM di sektor fashion di Jakarta Selatan?
2. Bagaimana karakteristik dan pola kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan?
3. Seberapa signifikan pengaruh masing-masing faktor terhadap tingkat kegagalan usaha?
4. Bagaimana strategi adaptasi yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM fashion dalam menghadapi tantangan bisnis?
5. Apa saja kebijakan dan program pendukung yang telah dan dapat diterapkan untuk mengurangi risiko kegagalan UMKM fashion?

Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan penelitian ini meliputi:

1. Pelaku UMKM sektor fashion di Jakarta Selatan yang telah menutup usahanya dalam kurun waktu 2022-2024, sebanyak 50 responden.
2. Asosiasi pengusaha fashion di Jakarta Selatan.
3. Dinas Koperasi dan UMKM Jakarta Selatan.
4. Pengelola pusat perbelanjaan dan pasar tradisional di Jakarta Selatan.

5. Konsumen produk fashion lokal di Jakarta Selatan.

Kegiatan yang Dilaksanakan

Penelitian ini dilaksanakan dengan serangkaian kegiatan berikut:

1. **Studi Literatur dan Pendahuluan (Januari - Februari 2024)**
 - Review literatur terkait UMKM fashion dan faktor-faktor kegagalan usaha
 - Analisis data sekunder dari Dinas Koperasi dan UMKM Jakarta Selatan
 - Pemetaan awal UMKM fashion yang gagal di Jakarta Selatan
2. **Pengumpulan Data Primer (Maret - Mei 2024)**
 - Penyusunan dan validasi instrumen penelitian (kuesioner dan panduan wawancara)
 - Wawancara mendalam dengan 50 mantan pelaku UMKM fashion
 - Penyebaran kuesioner kepada 150 pelaku UMKM fashion yang masih aktif
 - Focus Group Discussion (FGD) dengan asosiasi pengusaha dan stakeholder terkait
 - Observasi lapangan di lokasi-lokasi sentra fashion Jakarta Selatan
3. **Analisis Data (Juni - Juli 2024)**
 - Pengolahan data kuantitatif dengan software SPSS 26
 - Analisis konten (content analysis) untuk data kualitatif
 - Analisis SWOT dan Root Cause Analysis (RCA)

- o Triangulasi data dari berbagai sumber
4. **Perumusan Rekomendasi dan Diseminasi (Agustus - September 2024)**
- o Workshop penyusunan rekomendasi dengan melibatkan stakeholder
 - o Penyusunan model pendampingan untuk UMKM fashion
 - o Seminar hasil penelitian dengan peserta dari kalangan pelaku UMKM, akademisi, dan pemangku kebijakan
 - o Publikasi hasil penelitian dalam bentuk jurnal ilmiah dan policy brief

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	18	36%
Perempuan	32	64%
Usia		
20-30 tahun	15	30%
31-40 tahun	22	44%
41-50 tahun	10	20%
>50 tahun	3	6%
Tingkat Pendidikan		
SMA/SMK	16	32%
Diploma	12	24%
S1	19	38%
S2/S3	3	6%
Lama Usaha Sebelum Gagal		
<1 tahun	12	24%
1-3 tahun	26	52%
>3-5 tahun	8	16%
>5 tahun	4	8%
Kategori Produk Fashion		
Pakaian jadi	23	46%
Aksesoris	10	20%
Sepatu/tas	12	24%
Kombinasi	5	10%

HASIL DAN PEMBAHASAN

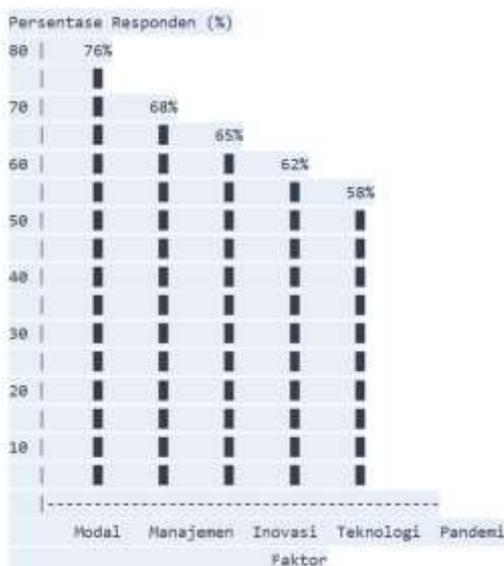
Hasil Kegiatan

1. Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 50 responden mantan pemilik UMKM fashion di Jakarta Selatan yang usahanya berhenti beroperasi dalam kurun waktu 2022-2024. Profil responden dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

2. Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan UMKM Fashion

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan analisis kuesioner, teridentifikasi lima faktor utama yang berkontribusi pada kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan. Faktor-faktor tersebut dan persentase responden yang menyebutkannya dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan UMKM Fashion di Jakarta Selatan

Rincian analisis masing-masing faktor penyebab kegagalan adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan Modal dan Akses Finansial (76%)

Faktor permodalan menjadi penyebab utama kegagalan usaha, meliputi:

- Keterbatasan modal awal dan modal kerja
- Kesulitan mengakses kredit perbankan karena persyaratan yang ketat
- Pengelolaan keuangan yang tidak teratur dan tidak terpisah antara keuangan usaha dan pribadi
- Ketidakmampuan mengelola arus kas (cash flow) secara efektif
- Kesulitan menyediakan jaminan untuk pengajuan kredit

Salah satu responden menyatakan:

"Saya memulai usaha butik dengan modal seadanya, berharap bisa mengembangkannya secara bertahap. Tapi biaya sewa toko di Jakarta Selatan sangat tinggi, belum lagi biaya operasional dan stok barang. Ketika mencoba mengajukan pinjaman ke bank, syaratnya terlalu berat untuk usaha sekecil saya." (R7, Mantan Pemilik Butik di Kemang)

b. Lemahnya Manajemen dan Strategi Bisnis (68%)

Aspek manajemen yang bermasalah meliputi:

- Perencanaan bisnis yang tidak matang atau tidak berbasis riset pasar
- Sistem pembukuan dan pengelolaan inventori yang buruk
- Keterbatasan kemampuan manajerial pemilik usaha
- Kurangnya pengetahuan tentang aspek legal dan perpajakan
- Kesulitan mengelola sumber daya manusia (SDM)

c. Kurangnya Inovasi dan Daya Saing (65%)

Faktor inovasi dan daya saing yang menjadi masalah:

- Produk yang kurang unik dan mengikuti tren
- Ketergantungan pada desain yang mudah ditiru
- Kurangnya riset dan pengembangan produk baru
- Ketidakmampuan mengidentifikasi segmen pasar yang tepat
- Keterbatasan dalam membangun identitas merek yang kuat

d. Minimnya Pemanfaatan Teknologi Digital (62%)

Kelemahan dalam adopsi teknologi digital meliputi:

- Kurangnya pemahaman dan keterampilan digital marketing
- Keterbatasan akses dan penggunaan e-commerce
- Tidak optimalnya pemanfaatan media sosial untuk promosi
- Ketidakmampuan mengolah data pelanggan secara digital
- Sistem pembayaran yang masih konvensional

e. Dampak Pandemi COVID-19 (58%)

Dampak pandemi yang berkepanjangan:

- Penurunan daya beli konsumen secara signifikan
- Perubahan perilaku belanja dari offline ke online
- Gangguan rantai pasok bahan baku
- Peningkatan biaya operasional untuk protokol kesehatan
- Ketidakmampuan beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat

3. Analisis Korelasi Antar Faktor

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar faktor penyebab kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan. Matriks korelasi dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Matriks Korelasi Antar Faktor Penyebab Kegagalan

Faktor	Modal	Manajemen	Inovasi	Teknologi	Pandemi
Modal	1,00	0,72*	0,53*	0,55*	0,48*
Manajemen	0,72*	1,00	0,78*	0,70*	0,42*
Inovasi	0,53*	0,78*	1,00	0,81*	0,38*
Teknologi	0,55*	0,70*	0,81*	1,00	0,58*
Pandemi	0,48*	0,42*	0,38*	0,58*	1,00

*signifikan pada $\alpha = 0,05$

Dari matriks korelasi tersebut terlihat bahwa:

- Hubungan terkuat terjadi antara faktor inovasi dan teknologi ($r = 0,81$)
- Hubungan cukup kuat juga ditemukan antara manajemen dan inovasi ($r = 0,78$)
- Faktor modal berkorelasi kuat dengan manajemen bisnis ($r = 0,72$)

Analisis dan Pembahasan

1. Keterbatasan Modal dan Akses Finansial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa permodalan menjadi faktor dominan penyebab kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wibowo dan Santoso (2022) yang menyatakan bahwa 65% UMKM di Indonesia mengalami kesulitan permodalan. Beberapa aspek kritis dari masalah ini antara lain:

Tingginya Biaya Operasional di Jakarta Selatan

Jakarta Selatan merupakan kawasan premium dengan biaya sewa komersial yang tinggi. Berdasarkan data dari Colliers Indonesia (2023), rata-rata biaya sewa ritel di kawasan Kemang, Gandaria, dan Blok M berkisar antara Rp250.000-

Rp500.000/m²/bulan. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan kawasan Jakarta lainnya. Bagi UMKM fashion dengan permodalan terbatas, beban biaya ini sangat memberatkan.

b. Kesenjangan Literasi Keuangan

Mayoritas responden (68%) mengakui tidak memiliki pembukuan yang terstruktur dan tidak memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Praktik ini menyulitkan mereka untuk mengevaluasi kesehatan finansial usaha dan membuat keputusan berdasarkan data keuangan yang akurat.

c. Hambatan Akses Kredit Formal

Hanya 24% responden yang pernah mendapatkan kredit dari lembaga keuangan formal seperti bank. Sisanya (76%) bergantung pada modal pribadi, pinjaman keluarga, atau pembiayaan informal dengan bunga tinggi. Kondisi ini mempersulit UMKM untuk melakukan ekspansi usaha dan memenuhi kebutuhan modal kerja.

2. Lemahnya Manajemen dan Strategi Bisnis

Aspek manajemen bisnis menjadi faktor signifikan kedua yang menyebabkan kegagalan UMKM fashion di Jakarta Selatan.

a. Perencanaan Bisnis yang Tidak Matang

Dari 50 responden, hanya 12 orang (24%) yang memiliki rencana bisnis tertulis saat memulai usaha. Sisanya menjalankan usaha berdasarkan intuisi dan meniru model bisnis yang sudah ada. Temuan ini selaras dengan penelitian Rahmawati (2023) yang menyatakan bahwa lemahnya perencanaan

strategis menjadi salah satu penyebab utama rendahnya daya tahan UMKM fashion di perkotaan.

b. Keterbatasan Kemampuan Manajerial

Mayoritas pelaku UMKM fashion (76%) tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pelatihan formal di bidang manajemen bisnis. Keterbatasan ini berdampak pada kemampuan mereka dalam mengelola sumber daya, mengambil keputusan strategis, dan menyelesaikan masalah bisnis secara sistematis.

c. Aspek Legal dan Perpajakan

Sebanyak 64% responden mengakui tidak sepenuhnya memahami aspek legal dan perpajakan yang berlaku untuk bisnis mereka. Ketidakpatuhan pada regulasi ini berpotensi menimbulkan masalah hukum dan finansial yang dapat mengancam keberlanjutan usaha.

3. Kurangnya Inovasi dan Daya Saing

Persaingan yang ketat di industri fashion Jakarta Selatan membutuhkan kemampuan inovasi yang tinggi. Namun, banyak UMKM fashion yang gagal menunjukkan kelemahan dalam aspek ini.

a. Ketergantungan pada Desain yang Mudah Ditiru

Mayoritas responden (70%) mengakui bahwa produk mereka tidak memiliki keunikan yang signifikan dan cenderung mengikuti tren umum. Ketiadaan diferensiasi produk membuat bisnis mereka rentan terhadap persaingan harga dan mudah tergantikan oleh kompetitor.

b. Keterbatasan Riset dan Pengembangan

Hanya 18% responden yang melakukan riset pasar secara terstruktur sebelum meluncurkan produk baru. Minimnya pemahaman tentang preferensi dan perilaku konsumen menyebabkan produk yang dihasilkan sering tidak sesuai dengan kebutuhan pasar.

c. Segmentasi Pasar yang Tidak Tepat

Banyak pelaku UMKM fashion (58%) yang tidak memiliki segmentasi pasar yang jelas, mencoba menjangkau semua kalangan namun akhirnya tidak mendapatkan basis pelanggan yang loyal. Di kawasan Jakarta Selatan yang memiliki konsumen berdaya beli tinggi, ketidakmampuan mengidentifikasi dan melayani segmen pasar tertentu menjadi kelemahan fatal.

4. Minimnya Pemanfaatan Teknologi Digital

Era digitalisasi mengharuskan UMKM fashion untuk beradaptasi dengan teknologi. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa 62% responden mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital.

a. Kesenjangan Digital

Dari total responden, hanya 32% yang memanfaatkan platform e-commerce secara optimal, dan hanya 28% yang memiliki strategi pemasaran digital yang terstruktur. Kesenjangan digital ini membuat mereka kesulitan menjangkau konsumen yang semakin banyak beralih ke belanja online.

b. Keterbatasan Pengetahuan Digital Marketing

Mayoritas responden (72%) mengakui tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam digital marketing. Keterbatasan ini mencakup aspek SEO, content marketing, social media advertising, dan analisis data pelanggan.

c. Integrasi Sistem

Hanya 14% responden yang memiliki sistem terintegrasi antara inventori, penjualan, dan keuangan. Ketiadaan sistem yang terintegrasi menyulitkan mereka untuk mengambil keputusan bisnis berbasis data dan memberikan pengalaman pelanggan yang seamless antara online dan offline.

5. Dampak Pandemi COVID-19

Meskipun Indonesia telah memasuki fase endemi, dampak pandemi COVID-19 masih sangat terasa bagi UMKM fashion di Jakarta Selatan.

a. Perubahan Perilaku Konsumen

Terjadi pergeseran signifikan dari belanja offline ke online selama pandemi. Berdasarkan data responden, rata-rata penurunan kunjungan ke toko fisik mencapai 65% sejak pandemi, dan hanya pulih 40% pada fase endemi.

b. Gangguan Rantai Pasok

Sebanyak 74% responden melaporkan mengalami gangguan rantai pasok selama pandemi, termasuk kesulitan mendapatkan bahan baku, kenaikan harga, dan keterlambatan pengiriman. Gangguan ini berdampak pada kemampuan mereka untuk memenuhi permintaan pasar.

c. Beban Finansial Tambahan

Penerapan protokol kesehatan dan penyesuaian bisnis selama pandemi menambah beban finansial bagi UMKM fashion. Rata-rata, responden melaporkan peningkatan biaya operasional sebesar 22% untuk menyesuaikan bisnis dengan protokol kesehatan, sementara pendapatan menurun hingga 45%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegagalan UMKM di sektor fashion di Jakarta Selatan disebabkan oleh lima faktor utama, yaitu keterbatasan modal dan akses finansial (76%), lemahnya manajemen dan strategi bisnis (68%), kurangnya inovasi dan daya saing (65%), minimnya pemanfaatan teknologi digital (62%), dan dampak pandemi COVID-19 (58%).
2. Terdapat korelasi yang signifikan antar faktor penyebab kegagalan, dengan hubungan terkuat terjadi antara faktor inovasi dan teknologi ($r = 0,81$). Hal ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan kemampuan inovasi harus dibarengi dengan penguasaan teknologi digital.
3. Karakteristik geografis dan demografis Jakarta Selatan yang bersifat premium dengan biaya operasional tinggi menjadi tantangan tersendiri bagi keberlanjutan UMKM fashion, terutama bagi usaha dengan permodalan terbatas.

4. Mayoritas pelaku UMKM fashion yang gagal (76%) tidak memiliki perencanaan bisnis yang matang dan beroperasi tanpa strategi jangka panjang yang jelas, sehingga rentan terhadap perubahan kondisi pasar.
5. Pandemi COVID-19 telah mengakselerasi transformasi digital dan mengubah pola konsumsi masyarakat secara permanen. UMKM fashion yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan ini cenderung mengalami kesulitan untuk bertahan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah rekomendasi untuk meningkatkan ketahanan UMKM fashion di Jakarta Selatan:

1. **Bagi Pelaku UMKM Fashion:**
 - Meningkatkan literasi keuangan dan membuat pembukuan yang terstruktur untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha.
 - Mengembangkan rencana bisnis yang komprehensif dengan target jangka pendek, menengah, dan panjang yang jelas.
 - Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
 - Berinvestasi pada pengembangan kompetensi digital, baik melalui pelatihan maupun kolaborasi dengan ahli di bidang teknologi.
 - Membangun jaringan dengan pelaku UMKM lain untuk berbagi

informasi, sumber daya, dan pengetahuan.

2. Bagi Pemerintah dan Pembuat Kebijakan:

- Mempermudah akses permodalan bagi UMKM fashion melalui skema pembiayaan yang lebih inklusif dan sesuai dengan karakteristik usaha.
- Mengembangkan program pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada peningkatan kapasitas manajerial dan inovasi produk.
- Menyediakan insentif fiskal dan non-fiskal untuk mendorong transformasi digital UMKM fashion.
- Membangun pusat pengembangan bisnis fashion yang terintegrasi di Jakarta Selatan, dengan biaya sewa yang terjangkau bagi UMKM.
- Memperkuat koordinasi antar lembaga untuk menciptakan ekosistem yang mendukung perkembangan UMKM fashion.

3. Bagi Institusi Pendidikan dan Lembaga Pelatihan:

- Mengembangkan kurikulum khusus tentang kewirausahaan di bidang fashion yang mencakup aspek manajemen, inovasi, dan teknologi digital.
- Melaksanakan program mentoring dengan melibatkan praktisi sukses di industri fashion.
- Melakukan riset terapan untuk mengembangkan model bisnis inovatif yang sesuai dengan

karakteristik UMKM fashion di Jakarta Selatan.

4. Bagi Asosiasi dan Komunitas:

- Memperkuat jaringan kolaborasi antar pelaku UMKM fashion untuk berbagi pengalaman dan praktik terbaik.
- Mengembangkan platform bersama untuk pemasaran dan distribusi produk fashion UMKM.

Mengadvokasi kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM fashion kepada pemangku kepentingan

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, P. D., & Widjaja, H. (2023). Dampak Transformasi Digital Terhadap Ketahanan UMKM Fashion di Era Post-Pandemic. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(2), 145-160.

Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Penguatan UMKM*. Jakarta: Bank Indonesia.

Colliers Indonesia. (2023). *Jakarta Property Market Report Q4 2023*. Jakarta: Colliers International.

Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta. (2023). *Statistik UMKM DKI Jakarta 2023*. Jakarta: Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta.

Farida, N., & Setiawan, B. (2024). Strategi Inovasi dan Ketahanan UMKM Fashion di Kawasan Perkotaan Indonesia. *Journal of Business and Innovation*, 8(1), 56-72.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro*,

- Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2023. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Rahmawati, L. (2023). Analisis Faktor Penentu Keberlanjutan UMKM Fashion di Kawasan Urban: Studi Kasus Jakarta dan Bandung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(3), 278-295.
- Sari, D. P., Widodo, A., & Prabowo, H. (2023). Strategi Digital Marketing untuk UMKM Fashion di Era New Normal. *Jurnal Pemasaran Digital*, 12(1), 45-63.
- Sutrisno, J., & Haryanto, R. (2022). Analisis Kebutuhan Permodalan UMKM Sektor Fashion Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 14(2), 167-182.
- Utami, R., & Prasetyo, B. (2024). Model Pemberdayaan UMKM Fashion Berbasis Komunitas di Kawasan Jakarta Selatan. *Community Development Journal*, 19(1), 87-102.
- Wibowo, A., & Santoso, D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Tahan UMKM di Indonesia Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 234-251.
- Yuliana, O. Y. (2023). Tantangan dan Peluang Digitalisasi UMKM Fashion di DKI Jakarta. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 7(3), 312-328.