

## Resiliensi Usaha Souvenir Lokal dalam Menghadapi Persaingan Global: Perspektif Pengrajin di Berastagi, Karo

<sup>1</sup>Nova Anastasia Turnip

<sup>1</sup>Mahasiswa Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen Medan

E-mail: [nova.turnip@student.uhn.ac.id](mailto:nova.turnip@student.uhn.ac.id)

Diajukan : 6/Januari/2025  
Direvisi : 9/Januari/2025  
Diterima : 11/Januari/2025

**Abstract** :: *This study analyzes the resilience of local souvenir businesses in Berastagi, Karo, in the face of global competition characterized by low-cost imported products, changing consumer preferences, and challenges in digital market access. The local souvenir industry, which is crucial to Berastagi's economy and culture, has experienced significant impacts in the form of declining sales and profits.*

*Using a qualitative case study approach, this research explores artisans' perspectives on their adaptation strategies. It found that artisans demonstrated resilience through product innovation (developing variants and improving authenticity), digital marketing adaptation (utilizing simple social media platforms), operational efficiency (cost savings, income diversification), and collaboration and strengthening community networks. Cultural authenticity, family support, a fighting spirit, and the domestic market are key supporting factors. However, limited access to capital, the digital literacy gap, and fluctuating tourist traffic remain obstacles. The resilience of Berastagi artisans reflects a combination of innovative adaptation and the strength of local socio-cultural capital.*

**Keywords:** *Business Resilience, Local Souvenirs, Global Competition, Artisans, Berastagi.*

**Abstrak** : *Penelitian ini menganalisis resiliensi usaha souvenir lokal di Berastagi, Karo, dalam menghadapi persaingan global yang ditandai oleh produk impor murah, perubahan preferensi konsumen, dan tantangan akses pasar digital. Industri souvenir lokal, yang penting bagi ekonomi dan budaya Berastagi, merasakan dampak signifikan berupa penurunan penjualan dan keuntungan.*

*Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini menggali perspektif pengrajin mengenai strategi adaptasi mereka. Ditemukan bahwa pengrajin menunjukkan resiliensi melalui inovasi produk (pengembangan varian dan peningkatan kualitas otentisitas), adaptasi pemasaran digital (pemanfaatan media sosial sederhana), efisiensi operasional (penghematan biaya, diversifikasi pendapatan), serta kolaborasi dan penguatan jaringan komunitas. Otentisitas budaya, dukungan keluarga, semangat juang, dan pasar domestik menjadi faktor pendukung utama. Namun, keterbatasan akses modal, kesenjangan literasi digital, dan fluktuasi wisatawan masih menjadi penghambat. Resiliensi pengrajin Berastagi mencerminkan perpaduan adaptasi inovatif dan kekuatan modal sosial budaya lokal.*

**Kata Kunci:** *Resiliensi Usaha, Souvenir Lokal, Persaingan Global, Pengrajin, Berastagi.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Sektor pariwisata merupakan salah satu motor penggerak perekonomian global, tidak terkecuali di Indonesia. Pertumbuhan pariwisata yang pesat turut mendorong perkembangan industri pendukung, salah satunya adalah industri souvenir. Souvenir tidak hanya berfungsi sebagai kenang-kenangan bagi wisatawan, tetapi juga menjadi representasi budaya dan identitas lokal destinasi. Industri souvenir lokal memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan melestarikan warisan budaya.

Kabupaten Karo, Sumatera Utara, dengan Berastagi sebagai salah satu daya tarik utamanya, dikenal memiliki potensi pariwisata yang besar. Berastagi, dengan keindahan alam pegunungan, agrowisata, dan kekayaan budaya lokal Batak Karo, menarik banyak wisatawan domestik maupun mancanegara. Seiring dengan peningkatan kunjungan wisatawan, usaha souvenir lokal di Berastagi juga tumbuh dan berkembang, menawarkan berbagai produk mulai dari kerajinan tangan, oleh-oleh kuliner, hingga pakaian tradisional.

Namun, di tengah dinamika ekonomi global yang semakin

terintegrasi, usaha souvenir lokal di Berastagi dihadapkan pada tantangan persaingan global. Fenomena ini ditandai dengan mudahnya produk impor masuk ke pasar domestik, munculnya produk souvenir massal dengan harga lebih murah, serta perubahan preferensi konsumen yang semakin beragam. Para pengrajin dan pelaku usaha souvenir lokal seringkali kesulitan bersaing dalam hal skala produksi, inovasi desain, akses pasar digital, dan strategi pemasaran yang canggih.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang resiliensi atau daya tahan usaha souvenir lokal. Bagaimana para pengrajin di Berastagi mampu bertahan dan beradaptasi di tengah tekanan persaingan yang kian ketat? Resiliensi bisnis merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk mengantisipasi, mempersiapkan diri, merespons, dan pulih dari gangguan, serta belajar dari pengalaman tersebut untuk menjadi lebih kuat dan adaptif di masa depan. Memahami strategi dan faktor-faktor yang membangun resiliensi ini menjadi krusial untuk memastikan keberlanjutan usaha souvenir lokal dan kontribusinya terhadap perekonomian dan budaya setempat.

Penelitian ini akan menggali perspektif pengrajin di Berastagi

untuk memahami secara mendalam bagaimana mereka merespons dan beradaptasi terhadap persaingan global, serta strategi apa saja yang mereka terapkan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka di tengah tantangan tersebut.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Resiliensi Usaha**

Resiliensi usaha adalah kemampuan suatu organisasi untuk mengantisipasi, mempersiapkan diri, merespons, dan pulih dari gangguan (internal maupun eksternal) tanpa kerusakan permanen atau kerugian signifikan. Bisnis yang resilien tidak hanya mampu bertahan dari krisis, tetapi juga belajar dari pengalaman tersebut untuk menjadi lebih kuat dan adaptif di masa depan (Sheffi, 2005). Konsep ini menekankan pada kemampuan adaptasi dan inovasi berkelanjutan dalam menghadapi lingkungan yang berubah dan tidak terduga.

#### **Suvenir Lokal**

Suvenir lokal adalah produk atau barang yang dibeli oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan dari suatu destinasi atau sebagai hadiah untuk orang lain. Produk ini biasanya mencerminkan identitas budaya, keunikan alam, atau ciri khas

masyarakat di tempat tersebut (Smith, 2009). Suvenir lokal memiliki nilai intrinsik karena otentisitasnya dan seringkali merupakan hasil karya tangan (kerajinan) masyarakat setempat. Suvenir memiliki beberapa peran penting dalam ekosistem pariwisata:

1. Peningkat Ekonomi Lokal: Menciptakan lapangan kerja dan pendapatan bagi pengrajin dan komunitas lokal.
2. Promosi Destinasi: Sebagai media promosi tidak langsung yang dibawa pulang oleh wisatawan.
3. Pelestarian Budaya: Mempertahankan dan mempromosikan seni, kerajinan, dan tradisi lokal.
4. Pengalaman Wisatawan: Menambah nilai pengalaman perjalanan wisatawan dengan menawarkan produk unik dan otentik.

#### **Persaingan Global**

Persaingan global mengacu pada kompetisi antar perusahaan atau entitas di pasar internasional. Dalam konteks souvenir, ini berarti produk lokal tidak hanya bersaing dengan produk serupa dari daerah lain di dalam negeri, tetapi juga dengan produk impor dari berbagai negara yang mungkin menawarkan harga lebih rendah, desain yang lebih

modern, atau skala produksi yang lebih besar.

### **Dampak Persaingan Global terhadap Usaha Lokal**

Dampak persaingan global terhadap usaha lokal dapat berupa:

1. Tekanan Harga: Produk impor yang lebih murah dapat menekan harga jual produk lokal.
2. Perubahan Preferensi Konsumen: Paparan terhadap produk global dapat mengubah selera dan ekspektasi konsumen.
3. Kesenjangan Kualitas dan Desain: Produk lokal mungkin kesulitan bersaing dalam hal kualitas material, finishing, atau inovasi desain dibandingkan produk global.
4. Akses Pasar: Pelaku usaha global memiliki akses lebih mudah ke saluran distribusi dan pemasaran digital.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (case study). Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dari sudut pandang partisipan, mengeksplorasi makna, pengalaman, dan persepsi mereka dalam konteks alami (Creswell, 2014). Hal ini sangat relevan untuk menggali

kompleksitas strategi resiliensi usaha souvenir lokal yang melibatkan keputusan, pengalaman pribadi, dan interaksi sosial para pengrajin.

**Lokasi penelitian** adalah Kawasan Berastagi, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi pariwisata yang signifikan dan keberadaan industri souvenir lokal yang beragam di dalamnya. Peneliti akan fokus pada area-area yang memiliki konsentrasi pengrajin souvenir yang tinggi dan secara langsung merasakan dampak persaingan global.

**Waktu penelitian** akan dilaksanakan selama periode empat bulan, dari bulan 4 hingga bulan 7 tahun 2025. Periode ini dianggap cukup untuk melakukan pengumpulan data kualitatif secara mendalam, termasuk wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

**Informan kunci** dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola usaha souvenir lokal, yang juga merupakan pengrajin, di Kawasan Berastagi. Pemilihan informan akan dilakukan secara purposive sampling (sampel bertujuan), yaitu pemilihan informan didasarkan pada kriteria tertentu yang dianggap relevan dan mampu memberikan informasi yang kaya

sesuai dengan tujuan penelitian (Patton, 2015).

#### **Kriteria informan meliputi:**

1. Pengrajin atau pemilik usaha souvenir yang telah beroperasi minimal 5 tahun (sebelum maraknya persaingan global yang signifikan).
2. Usaha souvenir yang masih aktif beroperasi dan telah menunjukkan upaya adaptasi atau resiliensi dalam menghadapi persaingan.
3. Bersedia untuk diwawancarai secara mendalam dan berpartisipasi aktif dalam penelitian.
4. Memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai mengenai operasional usaha, dinamika pasar, dan strategi yang telah dilakukan.
5. Diperkirakan jumlah informan antara 5-8 orang, disesuaikan dengan saturasi data.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)
2. Observasi Partisipatif
3. Dokumentasi

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Profil Umum Usaha Souvenir Lokal di Berastagi**

Kawasan Berastagi, yang terletak di dataran tinggi Karo, Sumatera Utara, telah lama menjadi salah satu destinasi wisata favorit di wilayah ini. Daya tarik utama seperti Gunung Sibayak dan Sinabung, pasar buah dan bunga, serta kekayaan budaya Suku Karo, telah menarik ribuan wisatawan setiap tahunnya. Seiring dengan perkembangan pariwisata, industri **suvenir lokal** juga tumbuh subur, didominasi oleh usaha mikro dan kecil yang dikelola secara **keluarga**. Produk souvenir yang paling umum ditemukan di Berastagi sangat beragam, mencerminkan kekayaan alam dan budaya lokal.

Jenis souvenir yang dominan antara lain:

1. Kerajinan tangan: Meliputi miniatur rumah adat Karo, ukiran kayu, anyaman tradisional dari bambu atau rotan, serta pernak-pernik dengan motif Gorga (ukiran khas Batak Karo). Banyak dari produk ini dibuat secara manual oleh pengrajin langsung atau melibatkan anggota keluarga.
2. Produk pertanian olahan: Mengingat Berastagi adalah sentra pertanian, produk seperti sirup markisa, dodol ubi jalar, keripik buah, kopi Karo, dan manisan

buah menjadi primadona. Produk-produk ini seringkali diproduksi dalam skala kecil dan dijual langsung di toko-toko milik pengrajin atau di pasar tradisional.

3. Pakaian dan tekstil tradisional: Meskipun tidak sebanyak kerajinan atau produk olahan, beberapa pengrajin juga memproduksi kain Uis Gara (kain tenun khas Karo) dalam bentuk syal, tas, atau pakaian sederhana yang dimodifikasi untuk suvenir.

### **Dampak Persaingan Global terhadap Usaha Suvenir Lokal**

#### **a. Penurunan Penjualan dan Keuntungan yang Drastis**

Hampir semua informan melaporkan **penurunan volume penjualan dan keuntungan** yang signifikan sejak maraknya produk-produk sejenis dari luar daerah atau bahkan luar negeri. Produk impor, khususnya dari Tiongkok, seringkali menawarkan harga yang jauh lebih rendah dengan desain yang mungkin lebih kekinian.

Bapak Joni, seorang pengrajin ukiran kayu berusia 50-an, mengeluh, *"Dulu kami bisa menjual ukiran puluhan biji sebulan, tapi sekarang? Kadang seminggu belum tentu ada satu yang laku. Banyak barang dari luar yang jauh lebih murah, kualitasnya*

*memang beda, tapi orang lihat harga dulu."* Hal senada disampaikan Ibu Sari, pemilik toko oleh-oleh, *"Persaingan sekarang berat sekali. Kami jual sirup markisa asli, tapi di toko sebelah ada yang jual produk pabrikan besar dengan harga separuhnya. Wisatawan kadang kurang paham bedanya, yang penting murah."* Penurunan ini tidak hanya memengaruhi pendapatan langsung, tetapi juga membatasi kemampuan mereka untuk berinvestasi kembali dalam usaha.

#### **b. Perubahan Perilaku dan Preferensi Wisatawan**

Pandemi COVID-19 dan digitalisasi secara tidak langsung mempercepat perubahan perilaku dan preferensi wisatawan. Para pengrajin mengamati adanya pergeseran selera konsumen:

1. **Prioritas Kualitas dan Kebersihan:** Meskipun harga menjadi pertimbangan, wisatawan kini lebih selektif terhadap kualitas dan kebersihan produk, terutama untuk produk kuliner.
2. **Mencari Keunikan dan Pengalaman:** Wisatawan modern cenderung mencari suvenir yang benar-benar unik, otentik, dan memiliki cerita di baliknya, bukan sekadar barang massal.

3. Dominasi Wisatawan Domestik: Pasca-pandemi, mayoritas pengunjung adalah wisatawan domestik, terutama dari Sumatera Utara dan kota-kota besar di Jawa. Mereka memiliki preferensi yang berbeda dibandingkan wisatawan mancanegara sebelumnya.
4. Pembelian *Online*: Semakin banyak wisatawan yang mencari informasi atau bahkan membeli souvenir secara *online* sebelum atau setelah berkunjung, menuntut adaptasi digital dari pengrajin.

#### **c. Tantangan Pemasaran dan Akses Pasar Digital**

Sebelumnya, pemasaran souvenir lokal di Berastagi banyak bergantung pada lokasi fisik toko dan promosi dari mulut ke mulut. Namun, dengan persaingan global dan perubahan perilaku konsumen, para pengrajin menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran:

1. Keterbatasan Jangkauan: Produk mereka sulit menjangkau pasar di luar Berastagi tanpa upaya pemasaran digital.
2. Kesenjangan Digital: Banyak pengrajin, terutama yang berusia lanjut, memiliki keterbatasan dalam literasi digital. Mereka kesulitan mengoperasikan media sosial atau platform *e-commerce*. Bapak Budi, pengrajin bambu,

mengungkapkan, "*Saya cuma tahu bikin kerajinan, kalau disuruh posting-posting di Instagram itu saya kurang paham. Anak-anak saya sibuk di kota.*"

#### **Strategi Resiliensi Pengrajin Souvenir Lokal**

##### **d. Inovasi Produk dan Peningkatan Nilai Otentisitas**

Strategi utama yang banyak dilakukan adalah berfokus pada inovasi produk dan peningkatan nilai otentisitas sebagai pembeda dari produk massal.

1. Pengembangan Varian Produk: Pengrajin mulai menciptakan variasi produk dari bahan baku yang sama atau menggabungkan beberapa elemen. Contohnya, ukiran kayu tidak hanya berupa patung, tetapi juga dijadikan gantungan kunci, hiasan dinding kecil, atau *coaster* minuman. Ibu Rina, pengrajin markisa olahan, kini membuat varian rasa sirup atau mengemas dodolnya dalam kemasan yang lebih menarik.
2. Fokus pada Otentisitas dan Kualitas: Mayoritas pengrajin menekankan bahwa kekuatan utama mereka adalah otentisitas dan kualitas bahan baku. Mereka secara konsisten menggunakan bahan-bahan lokal asli Berastagi dan mempertahankan teknik

pembuatan tradisional. *"Produk kami ini asli buatan tangan, bukan pabrikan. Bahannya juga dari sini langsung. Ini yang kami jual, ceritanya,"* kata Bapak Toni, pengrajin anyaman. Mereka percaya bahwa wisatawan yang mencari pengalaman otentik akan menghargai nilai ini.

e. **Adaptasi Pemasaran ke Ranah Digital**

Pemanfaatan Media Sosial Sederhana: Hampir semua informan kini menggunakan WhatsApp Business untuk komunikasi langsung dan pemesanan. Beberapa yang lebih muda atau didukung anak-anaknya juga aktif di Instagram dan Facebook untuk mengunggah foto produk dan berinteraksi dengan calon pembeli.

*"Sekarang kalau ada tamu yang dari luar kota atau luar pulau, mereka bisa lihat-lihat di Instagram kami, terus pesan lewat WhatsApp. Nanti kami kirimkan."* (Ibu Tiur, pengrajin aksesoris, 45 tahun).

f. **Efisiensi Operasional dan Diversifikasi Pendapatan**

Penghematan Biaya Produksi: Pengrajin sangat cermat dalam mengelola bahan baku, memanfaatkan sisa bahan, dan mengurangi pengeluaran non-esensial saat penjualan lesu. Ini

termasuk efisiensi penggunaan listrik dan air.

*"Kalau lagi sepi pembeli, kami benar-benar hitung pengeluaran. Lampu mati kalau tidak perlu, bahan baku juga disesuaikan biar tidak ada yang terbuang."* (Ibu Br. Ginting, pengrajin kain, 58 tahun).

**Faktor Pendukung dan Penghambat Resiliensi**

**Faktor Pendukung**

a. Otentisitas dan Kekayaan Budaya Lokal: Produk souvenir Berastagi yang sarat akan nilai budaya Batak Karo dan dibuat dengan tangan memiliki daya tarik unik yang tidak dapat ditiru oleh produk impor. Ini menjadi keunggulan kompetitif utama yang disadari dan terus dipertahankan oleh pengrajin.

1. Dukungan Keluarga dan Komunitas: Usaha keluarga menjadi fondasi kuat. Solidaritas dan bantuan antaranggota keluarga, tetangga, atau sesama pengrajin memungkinkan mereka saling menopang saat kondisi sulit. Ini mencerminkan modal sosial yang tinggi.

2. Semangat Juang dan Keterampilan Turun-Temurun: Pengrajin di

Berastagi memiliki semangat untuk mempertahankan warisan usaha dan keterampilan yang telah diajarkan lintas generasi. Hal ini mendorong mereka untuk terus berkreasi dan mencari solusi di tengah tantangan.

3. Potensi Pasar Wisatawan Domestik: Pasca-pandemi, fokus beralih ke wisatawan domestik. Pengrajin yang mampu menyesuaikan produk dan strategi pemasaran untuk segmen ini memiliki peluang lebih besar untuk bertahan, mengingat loyalitas konsumen domestik terhadap produk lokal.

#### **Faktor Penghambat**

- a. Keterbatasan Akses Modal dan Pendanaan: Ini adalah hambatan klasik UMKM. Pengrajin seringkali kesulitan mengakses pinjaman bank atau bantuan modal dari pemerintah untuk mengembangkan usaha, berinovasi, atau meningkatkan kapasitas produksi.

*"Modal kami terbatas. Mau beli alat baru atau bahan baku yang lebih banyak untuk pesanan besar itu sulit. Jadi ya, segini-segini saja dulu."* (Bapak Anto)

1. Kesenjangan Literasi Digital dan Infrastruktur: Meskipun ada upaya digitalisasi, masih banyak pengrajin yang belum sepenuhnya memahami atau menguasai penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan manajemen usaha. Kendala infrastruktur (misalnya, koneksi internet yang tidak stabil di beberapa area) juga menjadi penghambat.
2. Fluktuasi Kunjungan Wisatawan: Sektor pariwisata sangat sensitif terhadap berbagai faktor eksternal (ekonomi, keamanan, kesehatan). Ketidakpastian jumlah wisatawan secara langsung mempengaruhi pendapatan pengrajin dan menyulitkan perencanaan bisnis jangka panjang.

#### **KESIMPULAN**

Industri souvenir lokal di Berastagi, Kabupaten Karo, merupakan sektor vital yang berkontribusi pada perekonomian dan pelestarian budaya. Namun, di tengah dinamika **persaingan global** yang semakin ketat, usaha ini menghadapi tantangan signifikan, terutama dari serbuan produk impor yang lebih murah, perubahan preferensi konsumen, dan kendala akses pasar digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa dampak persaingan global

terasa dalam bentuk penurunan drastis penjualan dan keuntungan, serta perubahan ekspektasi wisatawan.

Meskipun demikian, para pengrajin di Berastagi menunjukkan resiliensi yang kuat melalui berbagai strategi adaptif. Mereka berinovasi dengan mengembangkan varian produk yang lebih praktis dan modern tanpa meninggalkan otentisitas dan kualitas produk lokal mereka. Adaptasi pemasaran ke ranah digital dilakukan dengan pemanfaatan sederhana media sosial (terutama WhatsApp Business) untuk komunikasi dan promosi, meskipun masih terdapat kendala literasi digital. Efisiensi operasional melalui penghematan biaya produksi dan diversifikasi pendapatan juga menjadi kunci ketahanan mereka. Selain itu, kolaborasi dan penguatan jaringan komunitas menjadi modal sosial yang tak ternilai, memungkinkan mereka saling mendukung dalam menghadapi kesulitan.

Resiliensi usaha souvenir lokal di Berastagi didukung oleh otentisitas budaya dan keterampilan turun-temurun, serta semangat juang pengrajin dan dukungan kuat dari keluarga dan komunitas lokal. Namun, terdapat pula faktor penghambat signifikan seperti

keterbatasan akses modal, kesenjangan literasi digital dan infrastruktur, serta fluktuasi kunjungan wisatawan yang tidak stabil.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggadwita, G., & Mustafid, Q. Y. (2014). Identification of factors influencing the performance of small medium enterprises (SMEs). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 415–423.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.445>
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kusumawati, R., & Rahayu, S. M. (2017). Strategi Pengembangan Produk Kerajinan Lokal dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 20-29.
- Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227–238.  
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.227>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Santoso, S. (2020). *Analisis Data Statistik dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, N. M., & Lestari, I. P. (2021). Resiliensi UMKM dalam Menghadapi Pandemi Covid-19:

- Studi pada Pelaku Usaha Kerajinan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(2), 85-92.
- Siagian Nalom, (2021). *Statistika Dasar: Konseptualisasi Dan Aplikasi*, Kultura Digital Media.
- Siagian Nalom, (2022), *Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, CV Literasi Nusantara Abadi.
- Siagian Nalom, (2023). *Online Lending Business And Its Criminal Aspect Of Collectibility*. *Journal on Education*, 5(3), 7400-7405.
- Siagian Nalom, (2023). *The Power of Robots: A Dedication of Computer Science for Human Capitals Management*, *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(SpecialIssue), 939-944.
- Siagian Nalom, (2024). *The role of economic policies to adopt renewable energy and digital technology on business decisions and HR management in the Indonesian mining sector*, *International Journal of Energy Economics and Policy (IJEEP)* 14 (2), S. 632 - 641.
- Siagian Nalom, (2024). *Leveraging Digital Business Communication For Enhanced Profitability In Global Markets*. *Proceedings of International Conference on Social, Politics, Administration, and Communication Sciences*, 1(2), 94-110.
- Siagian Nalom, (2024). *The Influence of Creativity on Welfare Through Self-Efficacy in the Lake Toba Area of Samosir District*. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(SpecialIssue), 10-17.
- Sheffi, Y. (2005). *The Resilient Enterprise: Overcoming Vulnerability for Competitive Advantage*. MIT Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Utami, C. W. (2018). Pengembangan Strategi Pemasaran Suvenir Daerah untuk Meningkatkan Daya Saing Global. *Jurnal Bisnis dan Pariwisata*, 14(1), 12-23.