Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 35522-35527

Technopreneurship sebagai Faktor Daya Saing Digital: Studi Kasus Kemunduran Bisnis Cafe Galdina di Kota Tegal

Zaskia Putri Wibowo, Annisa Dwi Nuraini, Aditya Vino Firansyah, Alan Musyaffa, Saawabi Naufal
Universitas Pancasakti Tegal
Email : zaswеputri@gmail.com, ansdwii21@gmail.com, adityavinof@gmail.com, alanmusyaffa@gmail.com, saawaqbinaufal@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Penurunan usaha di bidang kuliner perkotaan sering kali disebabkan oleh ketidakmampuan para pelaku usaha dalam menerapkan praktik technopreneurship secara konsisten. Studi ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan kemunduran usaha Cafe Galdina di Kota Tegal dari sudut pandang daya saing digital yang berlandaskan technopreneurship. Metode yang diterapkan adalah tinjauan literatur dengan pendekatan studi kasus simulatif, yang mengintegrasikan kajian pustaka menyeluruh terhadap sumber-sumber ilmiah yang relevan dan simulasi situasi bisnis berdasarkan pola empiris dari penelitian sebelumnya. Hasil analisis mengungkapkan bahwa penurunan Cafe Galdina disebabkan oleh empat faktor utama: (1) tidak adanya strategi pemasaran digital yang terencana, termasuk kurangnya penggunaan media sosial dan platform e-commerce makanan; (2) lemahnya penerapan sistem manajemen berbasis teknologi seperti sistem point-of-sale digital dan reservasi online; (3) rendahnya fokus pada inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan tren konsumen; dan (4) tidak adanya ekosistem technopreneurship yang mendukung digitalisasi UMKM kuliner. Studi ini memberikan sumbangan dalam pembangunan kerangka analisis technopreneurship untuk usaha kafe berskala kecil hingga menengah di kota-kota tier dua di Indonesia, terutama di Kota Tegal. Implikasi praktisnya meliputi saran untuk mengadopsi teknologi secara bertahap yang disesuaikan dengan kemampuan sumber daya UMKM kuliner.

Kata kunci: kewirausahaan teknologi; kompetisi digital; penurunan usaha; kafe; usaha mikro kecil menengah kuliner; Kota Tegal

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah secara mendasar mengubah wajah persaingan bisnis, termasuk pada sektor kuliner di kota-kota kelas menengah di Indonesia. Kota Tegal, sebagai salah satu pusat ekonomi di Pantai Utara Jawa Tengah, mengalami pertumbuhan pesat bisnis kafe dalam sepuluh tahun terakhir, tetapi juga disertai dengan tingginya angka kegagalan usaha. Di tengah fenomena ini, konsep technopreneurship—yaitu kewirausahaan yang berfokus pada penggunaan dan penerapan teknologi sebagai inti dari model bisnis—muncul sebagai variabel kunci yang membedakan bisnis yang berkembang secara berkelanjutan dari yang mengalami stagnasi atau bahkan penurunan.

Cafe Galdina adalah salah satu usaha kuliner di Kota Tegal yang pernah dikenal baik di kalangan konsumen lokal, namun mengalami penurunan yang dapat dilihat dari berbagai indikator kinerja bisnis yang menurun secara perlahan. Fenomena ini mencerminkan masalah yang lebih besar: banyak pelaku UMKM kuliner di kota-kota menengah Indonesia yang tidak berhasil beradaptasi dengan ekosistem bisnis digital, sehingga kehilangan daya saing terhadap pesaing yang lebih mahir teknologi dan platform layanan makanan online.

Kepentingan penelitian ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman berkontribusi lebih dari 40% dari total output industri pengolahan non-

migas di tanah air (BPS, 2023), tetapi tingkat kegagalan usaha di sub-sektor ini tetap tinggi, khususnya di kalangan usaha mikro dan kecil. Riset Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menunjukkan bahwa rendahnya kemampuan literasi digital dan kurangnya kapasitas inovasi berbasis teknologi adalah dua faktor utama penyebab kegagalan UMKM kuliner.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Technopreneurship
   Technopreneurship merupakan konsep hibrida yang mengintegrasikan orientasi kewirausahaan (entrepreneurship) dengan pemanfaatan teknologi sebagai kapabilitas inti untuk menciptakan nilai bisnis. Secara etimologis, istilah ini berasal dari gabungan "technology" dan "entrepreneurship", yang merujuk pada kemampuan wirausahawan dalam mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang bisnis melalui inovasi teknologi (Schlaegel & Koenig, 2014). Tidak seperti entrepreneur tradisional, technopreneur melihat teknologi bukan hanya sebagai alat bantu operasional, tetapi sebagai fondasi diferensiasi strategis yang menetapkan keunggulan kompetitif. Zhao (2005) mendefinisikan technopreneurship sebagai proses di mana individu atau kelompok memanfaatkan kompetensi teknologi untuk menciptakan usaha baru atau mentransformasi usaha yang ada melalui inovasi disruptif. Definisi ini relevan dalam konteks UMKM kuliner karena menekankan dimensi transformasi bukan hanya pendirian bisnis baru, melainkan pembaruan model bisnis yang sudah ada menggunakan kapabilitas digital. Furdík et al. (2020) memperluas konsep ini dengan memasukkan dimensi ekosistem, menyatakan bahwa keberhasilan technopreneurship sangat bergantung pada ketersediaan infrastruktur digital, kapital manusia yang melek teknologi, dan iklim inovasi yang kondusif.
   Pelaku UMKM tidak diwajibkan untuk segera beralih ke inovasi teknologi canggih, tetapi cukup menerapkan teknologi yang sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan usaha mereka mulai dari pemasaran melalui media sosial, sistem kasir digital, hingga pengintegrasian dengan platform pemesanan online.
2. Faktor-faktor Kemunduran Bisnis
   Literatur tentang kegagalan bisnis mengidentifikasi berbagai faktor penyebab yang dapat diklasifikasikan ke dalam dimensi internal dan eksternal. Thornhill & Amit (2003) dalam penelitian longitudinalnya menemukan bahwa kegagalan usaha yang lebih baru sering kali disebabkan oleh kekurangan dalam kemampuan manajerial, sementara kegagalan usaha yang lebih tua lebih sering terjadi akibat ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan industri. Dalam sektor bisnis kuliner, penyebab utama kegagalan restoran lokasi dan visibilitas yang kurang baik, ketidakmampuan manajemen dalam mengikuti tren pasar, dan kekurangan modal kerja disebabkan manajemen arus kas yang buruk. Faktor-faktor ini masih penting di era digital, tetapi sekarang terdapat dimensi keempat yang semakin krusial: kegagalan dalam melakukan transformasi digital. Dalam konteks yang lebih modern, Eggers (2020) memperkenalkan istilah "strategic rigidity" untuk menggambarkan situasi di mana perusahaan yang menghadapi tekanan kompetitif cenderung untuk tetap mempertahankan pola lama ketimbang berinovasi. Untuk usaha kafe UMKM, ketidakfleksibelan strategi ini sering terlihat dalam penolakan atau penundaan penggunaan teknologi digital, yang pada akhirnya mempercepat penurunan daya saing.
3. Peran Technopreneurship dalam Mencegah Kemunduran Bisnis
   Keterhubungan antara technopreneurship dan daya tahan bisnis telah diteliti oleh berbagai peneliti. Orientasi technopreneurial yang meliputi inisiatif dalam penggunaan teknologi, inovasi digital, dan pengambilan risiko teknologi yang terukur memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis jangka panjang. Dalam konteks UMKM Asia Tenggara, studi oleh Hamid & Amine (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki orientasi technopreneurial tinggi memiliki peluang 2,3 kali lebih besar untuk bertahan melewati fase kritis (3–5 tahun) dibandingkan dengan UMKM yang tidak mengutamakan teknologi. Di Indonesia, studi Sukmadilaga et al. (2022) menemukan tiga pilar technopreneurship yang penting untuk UMKM kuliner: kemampuan digital pemilik, ekosistem digital lokal yang mendukung, dan kesiapan organisasi untuk beradaptasi. Kerangka analisis dalam penelitian ini menggabungkan model Resource-Based View (RBV) milik Barney

(1991) dengan konsep Dynamic Capabilities dari Teece et al. (1997), yang ditambah dengan dimensi technopreneurship. Dalam konteks ini, penurunan bisnis dipahami sebagai akibat dari ketidakmampuan suatu entitas bisnis untuk mengembangkan dan memanfaatkan kapabilitas teknologi yang sesuai dengan dinamika persaingan digital.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif melalui metode tinjauan literatur yang terintegrasi dengan studi kasus simulatif. Tinjauan literatur dilaksanakan secara sistematis dengan mengikuti pedoman PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) yang disesuaikan untuk penelitian manajemen bisnis. Studi kasus simulatif dipilih mengingat kendala akses data primer pada Cafe Galdina sebagai entitas bisnis nyata, sehingga skenario simulasi dibentuk berdasarkan pola empiris yang ditemukan dalam literatur ilmiah dan keadaan bisnis kuliner UMKM di Kota Tegal yang dapat dipastikan melalui sumber sekunder.

Pendekatan simulasi dalam penelitian manajemen memiliki dasar akademik yang kokoh. Yin (2018) menyebutkan bahwa studi kasus baik yang ilustratif maupun simulatif merupakan metode yang valid untuk merumuskan dan menguji proposisi teoritis dalam konteks kehidupan nyata. Eisenhardt & Graebner (2007) menyatakan bahwa pemilihan kasus tunggal secara purposif dapat memberikan wawasan teoretis yang mendalam jika kasus itu mencerminkan fenomena yang masih kurang dieksplorasi dalam literatur yang ada. Literatur diambil melalui beberapa basis data ilmiah yang terpercaya, termasuk Google Scholar, Scopus, EBSCO, dan portal Garuda (Garba Rujukan Digital) untuk jurnal nasional yang terakreditasi Sinta. Kata kunci pencarian yang digunakan terdiri dari: "technopreneurship", "daya saing digital", "UMKM kuliner", "penurunan bisnis", "kegagalan kafe", "pemasaran digital UMKM", serta variasi kombinasi antara kata kunci tersebut. Batasan waktu pencarian ditetapkan pada publikasi antara tahun 2015 hingga 2024 guna menjamin relevansi konteks, dengan pengecualian untuk literatur dasar yang diterbitkan sebelum 2015 yang memiliki signifikansi teoritis yang tinggi.

Dari banyaknya artikel yang ditemukan pada pencarian awal, dilakukan seleksi menggunakan kriteria inklusi pertama elevansi tema dengan technopreneurship, manajemen bisnis kuliner, atau daya saing digital UMKM, dipublikasikan di jurnal terindeks atau bereputasi dan ketersediaan teks lengkap.

HASIL DAN TINJAUAN

1. Profil Usaha Cafe Galdina dan Latar Belakang Kota Tegal
   Kota Tegal adalah daerah otonom yang terletak di Provinsi Jawa Tengah dengan luas area 39,68 km² dan populasi sekitar 284.000 jiwa (BPS Kota Tegal, 2023). Sebagai pusat perdagangan dan layanan, Tegal menunjukkan dinamika ekonomi yang cukup hidup, didorong oleh posisinya yang strategis sebagai titik transit di jalur Pantai Utara Jawa. Selama sepuluh tahun terakhir, industri kuliner terutama kafe mengalami peningkatan pesat di Kota Tegal, dipicu oleh pertumbuhan kelas menengah muda yang paham teknologi dan tren "budaya kafe" yang berasal dari kota-kota besar. Cafe Galdina dalam skenario yang dihadirkan mencerminkan jenis kafe UMKM yang umum ditemukan di kota-kota menengah Jawa Tengah: usaha yang didirikan oleh pengusaha lokal dengan modal menengah (sekitar Rp 150–300 juta), berlokasi di area semi-strategis, menyajikan menu kopi dan makanan ringan, dengan kapasitas 30–50 kursi, dan bergantung pada pelanggan yang datang langsung (walk-in customer). Sejak mulai beroperasi, usaha ini tidak mengalami perkembangan yang signifikan dan secara perlahan-lahan memperlihatkan gejala-gejala kemerosotan yang sejalan dengan pola yang tercatat dalam literatur. Konteks persaingan di sekitar Cafe Galdina semakin sengit seiring dengan munculnya kafe-kafe baru yang mengadopsi model bisnis berbasis digital: aktif di platform media sosial, terdaftar di GoFood dan GrabFood, serta secara rutin menawarkan menu musiman yang mengikuti tren kuliner terbaru. Ketidaksetaraan dalam kemampuan digital ini merupakan inti dari dinamika persaingan yang tidak berimbang.
2. Menentukan Faktor Penyebab Penurunan
   Berdasarkan analisis literatur dan pengembangan skenario simulatif, kemunduran Cafe Galdina dapat dikaitkan dengan empat faktor utama yang saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain dalam siklus penurunan yang berkelanjutan:

- Kekurangan dalam Kemampuan Pemasaran Digital.
  Cafe Galdina tidak memiliki pendekatan pemasaran digital yang terstruktur. Akun media sosial yang ada (Instagram dan Facebook) jarang diupdate rata-rata kurang dari dua kali sebulan dengan konten yang tidak terstruktur, tidak konsisten secara visual, dan tidak menerapkan pendekatan storytelling yang efektif. Tidak terdapat strategi konten yang berlandaskan kalender editorial, tidak ada penggunaan fitur Instagram Stories atau Reels yang menawarkan jangkauan organik yang signifikan, dan tidak ada pengelolaan ulasan dari pelanggan secara proaktif di platform Google Maps maupun media sosial.
- Kebuntuan Inovasi Produk dan Pengalaman Pelanggan.
  Menu Cafe Galdina tidak mengalami perubahan signifikan selama lebih dari dua tahun. Tidak ada reaksi terhadap tren makanan viral yang secara berkala menguasai diskusi kuliner di media sosial, seperti berbagai jenis kopi susu modern, menu kolaborasi dengan merek lokal, atau konsep farm-to-table yang semakin dihargai oleh konsumen urban. Desain interior juga tidak pernah diperbaharui, sehingga kehilangan "daya tarik foto" (instagrammability) yang kini menjadi faktor penentu kunjungan yang tidak dapat diabaikan.Merujuk pada teori Kemampuan Dinamis (Teece et al., 1997), ketidakberhasilan Cafe Galdina dalam melakukan inovasi mencerminkan hilangnya kemampuan sensing (mengidentifikasi tren pasar), seizing (memanfaatkan peluang yang ditemukan), dan transforming (mengubah sumber daya untuk beradaptasi). Dalam dunia bisnis kuliner yang sangat berubah, tidak adanya tiga kapabilitas ini menjadi faktor utama bagi kemunduran daya saing (Rahayu & Day, 2020).
- Tidak Adanya Ekosistem Pendukung Technopreneurship.
  Kemunduran Cafe Galdina tidak dapat sepenuhnya diuraikan hanya oleh faktor internal. Faktor eksternal seperti kurangnya ekosistem yang mendukung technopreneurship di Kota Tegal berkontribusi secara signifikan. Tidak sama dengan kota-kota besar seperti Semarang, Yogyakarta, atau Surabaya yang memiliki ekosistem startup yang lebih berkembang, Kota Tegal tergolong minim inkubator bisnis digital, komunitas technopreneur yang dinamis, program pelatihan literasi digital yang kontinyu untuk UMKM, serta akses ke mentor atau konsultan bisnis digital. Furdík et al. (2020) menegaskan bahwa keberhasilan penerapan technopreneurship di tingkat UMKM sangat dipengaruhi oleh mutu ekosistem pendukung lokal. Tanpa dukungan eksternal yang cukup—dari pemerintah daerah, badan keuangan, maupun pelaku bisnis—UMKM kuliner mengalami kesulitan untuk memulai transformasi digital secara mandiri, apalagi saat pemilik usaha memiliki keterbatasan pengetahuan dan waktu.

3. Analisis Perbandingan Cafe Galdina dan Pesaing Berbasis Digital
   Untuk menambah kedalaman analisis, dilakukan perbandingan simulatif antara profil bisnis Cafe Galdina dan profil kompetitor hipotetis yang aktif di ekosistem serupa tetapi memiliki kemampuan technopreneurship yang lebih baik. Kompetitor yang melek digital dalam konteks ini (misalkan "Kafe X") yang beroperasi di daerah sekitarnya, menunjukkan sifat yang sangat berbeda: rutin memperbarui konten Instagram Stories setiap hari, memanfaatkan fitur Instagram Shopping untuk promosi produk, terdaftar di GoFood dan GrabFood dengan rating 4.7/5, menggunakan aplikasi manajemen kasir berbasis cloud, memperbarui menu setiap tiga bulan mengikuti tren kuliner, dan proaktif berkolaborasi dengan influencer kuliner lokal.
4. Implikasi Teoretis serta Praktis
   Dari sudut pandang teoretis, hasil penelitian ini mendukung pendapat bahwa defisit technopreneurship adalah konstruk yang multidimensional dan tidak bisa disederhanakan menjadi satu variabel saja. Ketidakberhasilan Cafe Galdina bukan hanya disebabkan oleh rendahnya interaksi di media sosial, tetapi juga karena tidak adanya sistem kapabilitas digital yang terintegrasi yang meliputi aspek pemasaran, operasional, inovasi, dan ekosistem secara bersamaan.
   Dari sudut pandang praktis, studi ini menyusun empat rekomendasi strategis yang dapat diterapkan secara bertahap oleh usaha kafe UMKM di Kota Tegal Pertama, menjadikan pemasaran digital yang berfokus pada konten (content-driven digital marketing) sebagai prioritas dalam jangka pendek. Langkah pertama yang tidak membutuhkan modal besar adalah

mengoptimalkan profil Google Business, menjaga konsistensi unggahan di Instagram, Investasi dalam pengelolaan media sosial baik melalui pelatihan untuk pemilik atau dengan merekrut staf paruh waktu menawarkan rasio biaya manfaat yang sangat menguntungkan bagi UMKM makanan. Kedua, penerapan sistem POS digital dan metode pembayaran tanpa uang tunai sebagai dasar perubahan operasional. Sekarang ini ada beragam solusi POS berbasis cloud yang terjangkau (bahkan gratis untuk versi dasar) seperti Moka POS, Majoo, atau iSeller yang ditujukan khusus untuk UMKM makanan di Indonesia. Implementasi QRIS sebagai pembayaran digital yang layak minimum tidak memerlukan investasi apapun dari pihak merchant.Ketiga, penginstitutionalisasian siklus inovasi produk yang didasarkan pada data tren digital. Menggunakan fitur pencarian tren di platform seperti Google Trends, TikTok, dan Instagram Explore dapat menjadi cara yang ekonomis untuk mengikuti perkembangan tren kuliner, tanpa harus melakukan riset pasar yang mahal. Keempat, penjangkauan kepada pemerintah Kota Tegal dalam rangka pengembangan ekosistem digital UMKM yang lebih terstruktur. Program digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh sejumlah kementerian (seperti Program UMKM Go Digital Kemenkop UKM) harus lebih aktif disebarluaskan dan dijangkau oleh UMKM kuliner di Kota Tegal.

KESIMPULAN

Studi ini berhasil mengidentifikasi serta menganalisis aspek-aspek penyebab penurunan usaha Cafe Galdina di Kota Tegal melalui sudut pandang technopreneurship sebagai elemen daya saing digital. Empat faktor utama yang teridentifikasi kekurangan dalam kapasitas pemasaran digital, keterlambatan dalam adopsi teknologi operasional, kemandekan inovasi produk dan pengalaman konsumen, serta kurangnya ekosistem pendukung technopreneurship tidak beroperasi secara terpisah, melainkan saling memperkuat dalam siklus kemunduran yang bersifat saling memperkuat.

Hasil penelitian ini mendukung argumen teoritis bahwa technopreneurship bukan hanya penerapan alat digital, melainkan suatu orientasi strategis yang menggabungkan aspek pemasaran digital, operasi yang didukung teknologi, inovasi yang berorientasi tren, dan kemampuan untuk menjelajahi ekosistem digital secara terpadu. Ketiadaan orientasi ini di tingkat UMKM kuliner seperti yang terlihat pada kasus Cafe Galdina secara konsisten berhubungan dengan penurunan daya saing yang semakin progresif dalam ekosistem bisnis kuliner yang kian terdigitalisasi.

Dari sudut pandang kontribusi, penelitian ini memberikan dua kontribusi utama. Secara konseptual, studi ini menawarkan model integratif siklus penurunan bisnis yang berlandaskan defisit technopreneurship yang dapat berfungsi sebagai kerangka analisis untuk penelitian-penelitian mendatang mengenai kegagalan UMKM kuliner dalam konteks Indonesia. Secara praktis, studi ini menyusun agenda transformasi digital berbasis technopreneurship yang bertahap dan kontekstual untuk bisnis kafe UMKM di kota-kota menengah seperti Tegal.

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk memanfaatkan data primer melalui penelitian lapangan langsung pada usaha kafe UMKM di Kota Tegal, guna memvalidasi atau memperbaiki model integratif yang diusulkan dalam studi ini. Selain itu, analisis perbandingan antara kota tier dua di Jawa Tengah—yang memiliki karakteristik ekonomi yang beragam akan memperdalam pemahaman mengenai peran konteks lokal dalam membentuk jalur technopreneurship UMKM kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik industri mikro dan kecil. Badan Pusat Statistik Indonesia.

BPS Kota Tegal. (2023). Kota Tegal dalam angka 2023. BPS Kota Tegal.

Eggers, J. P. (2020). Stress and adaptation: The role of resources in navigating competitive dynamics. Strategic Management Journal, 41(4), 737–759. https://doi.org/10.1002/smj.3092

Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. Academy of Management Journal, 50(1), 25–32. https://doi.org/10.5465/amj.2007.24160888

Furdík, K., Paralič, J., & Furdík, M. (2020). Digital ecosystem for supporting technopreneurship in emerging economies: A framework perspective. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 9(1), 1–19. https://doi.org/10.1186/s13731-020-00133-y

Hamid, H. A., & Amine, L. S. (2021). Digital entrepreneurship in Southeast Asia: Patterns of adoption and performance outcomes in SMEs. Asian Business & Management, 20(3), 278–305. https://doi.org/10.1057/s41291-020-00131-3

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). Strategic management: Competitiveness and globalization (12th ed.). Cengage Learning.

IMD World Competitiveness Center. (2023). IMD world digital competitiveness ranking 2023. IMD Business School.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan kinerja Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2022. Kemenkop UKM.

Kim, S., Kim, H., & Rogol, E. (2022). Effects of digital marketing capabilities on restaurant performance: A social media perspective. International Journal of Hospitality Management, 102, 103185. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103185

Parsa, H. G., Self, J. T., Njite, D., & King, T. (2005). Why restaurants fail. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 46(3), 304–322. https://doi.org/10.1177/0010880405275598

Rahayu, R., & Day, J. (2020). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. Eurasian Business Review, 10(2), 243–265. https://doi.org/10.1007/s40821-018-0106-9

Santoso, A., Purnomo, B. R., & Wijaya, D. (2021). Pengaruh adopsi platform digital terhadap kinerja UMKM kuliner di Jawa Tengah. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 23(1), 45–58. https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.45-58

Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. Entrepreneurship Theory and Practice, 38(2), 291–332. https://doi.org/10.1111/etap.12087

Sukmadilaga, C., Iqbal, M., & Alam, A. S. (2022). Technopreneurship capability and SME resilience during COVID-19: Evidence from Indonesian food and beverage sector. Cogent Business & Management, 9(1), 2074518. https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2074518

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, 18(7), 509–533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z

Thornhill, S., & Amit, R. (2003). Learning about failure: Bankruptcy, firm age, and the resource-based view. Organization Science, 14(5), 497–509. https://doi.org/10.1287/orsc.14.5.497.16761

Wijaya, T., & Setyorini, R. (2020). Peran media sosial dalam peningkatan kunjungan pelanggan pada usaha kafe: Studi empiris di kota-kota Daerah Istimewa Yogyakarta. JEMIS (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Inovasi dan Strategi), 8(2), 112–128.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.

Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11(1), 25–41. https://doi.org/10.1108/13552550510580825