

ANALISIS SWOT PROFILE PADA UMKM NASI UDUK KEBON KACANG BABE YAMIN

Shinta Destian¹

yuniarnita625@gmail.com¹

Sayyida Nabeela Nurmezhiya Qosyasyih²

nbilanurmezhiya245@gmail.com²

Muhamad Kemal Muyassar³

kemalmuyassar@gmail.com³

Rony Edward Utama⁴

r.edwardutama@umj.ac.id⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Jakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the SWOT profile of the UMKM Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin, a culinary business that has been growing for 14 years in the Jakarta area and its surroundings. The method used in this study is a qualitative descriptive approach with data collection techniques through in-depth interviews, direct observation, and documentation analysis. The results of the SWOT analysis identified several important factors. The main strengths lie in consistent taste quality, strategic location, and high customer loyalty. The weaknesses found are limited production capacity and dependence on certain raw materials that are susceptible to price fluctuations. Opportunities that can be utilized include increasing interest in traditional food and digital expansion through online platforms, as well as the potential for business partnerships to expand market share. The main threats come from increasingly tight culinary business competition and economic uncertainty that can affect people's purchasing power. Based on these results, it is recommended that this business innovate products, diversify operating hours, and increase marketing through social media and digital platforms to strengthen competitiveness and expand the market. This study provides important insights for strategic decision-making for business development and sustainability of UMKM in the culinary industry.

Keywords: Culinary, Social Media, Business.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profil SWOT pada UMKM Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin, sebuah usaha kuliner yang telah berkembang selama 14 tahun di kawasan Jakarta dan sekitarnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumentasi. Hasil analisis SWOT mengidentifikasi beberapa faktor penting. Kekuatan utama terletak pada kualitas rasa yang konsisten, lokasi strategis, dan loyalitas pelanggan yang tinggi.

Kelemahan yang ditemukan adalah kapasitas produksi terbatas dan ketergantungan pada bahan baku tertentu yang rentan terhadap fluktuasi harga. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk meningkatnya minat terhadap makanan tradisional dan ekspansi digital melalui platform online, serta potensi kemitraan bisnis untuk memperluas pangsa pasar. Ancaman utama berasal dari persaingan usaha kuliner yang semakin ketat dan ketidakpastian ekonomi yang dapat memengaruhi daya beli masyarakat. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar usaha ini melakukan inovasi produk, diversifikasi jam operasional, serta meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan platform digital untuk memperkuat daya saing dan memperluas pasar. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan usaha dan keberlanjutan UMKM di industri kuliner.

Kata Kunci: Kuliner, Sosial Media, Usaha.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional (Windusancono, 2021). Di Indonesia, UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit, atau sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat, tetapi juga berperan sebagai instrumen utama dalam pengentasan kemiskinan, pemerataan pendapatan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat (Bakrie dkk., 2024).

Di antara berbagai sektor UMKM, sektor kuliner menjadi salah satu subsektor yang berkembang paling pesat. Permintaan yang terus meningkat, terutama di wilayah perkotaan, memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar (Riswanro dkk., 2023). Kuliner tradisional, khususnya, mendapatkan tempat istimewa di hati masyarakat karena mengangkat nilai budaya sekaligus menghadirkan cita rasa otentik. Salah satu UMKM yang berhasil menarik

perhatian masyarakat dengan hidangan khas Nusantara adalah Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin.

Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin merupakan usaha kuliner yang telah berdiri selama bertahun-tahun dan mengkhususkan diri pada penyajian nasi uduk dengan berbagai lauk khas Indonesia. Berbasis di kawasan Kebon Kacang, Jakarta, usaha ini dikenal dengan cita rasa otentik yang diwariskan secara turun-temurun. Nama “Kebon Kacang” sendiri telah menjadi identitas kuliner yang legendaris, dikenal sebagai pusat hidangan nasi uduk berkualitas tinggi. Dengan memanfaatkan nama besar kawasan ini, *Babe Yamin* mampu membangun reputasi yang kokoh di kalangan pelanggan lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Jakarta.

Hidangan utama yang ditawarkan mencakup nasi uduk yang dimasak dengan santan kental dan rempah-rempah, disajikan dengan beragam pilihan lauk seperti ayam goreng, empal, tahu-tempe, telur balado, sambal khas, dan kerupuk. Kesederhanaan penyajian dipadukan dengan cita rasa yang konsisten menjadi salah satu daya tarik utama dari usaha ini. Selain itu, lokasi warung yang strategis di tengah kawasan ramai

membuatnya mudah dijangkau oleh pelanggan. Tidak hanya menjadi tempat makan, warung ini juga menghadirkan pengalaman kuliner tradisional yang autentik, menciptakan kesan mendalam bagi para pelanggannya.

Namun, di tengah peluang besar yang ditawarkan oleh sektor kuliner, UMKM seperti Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Persaingan yang semakin ketat di industri kuliner, terutama dengan munculnya restoran modern dan warung makan baru, menjadi ancaman yang harus dihadapi. Selain itu, perubahan preferensi konsumen yang semakin mengutamakan kepraktisan, serta perkembangan teknologi digital yang mengubah pola konsumsi masyarakat, menjadi tantangan yang membutuhkan strategi adaptasi yang tepat.

Untuk menjawab tantangan tersebut, analisis SWOT menjadi alat penting dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT adalah metode evaluasi yang mencakup empat elemen utama: *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Melalui kerangka kerja ini, UMKM dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha (Tohady dkk., 2024).

Dari sisi kekuatan (*Strengths*), Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin memiliki sejumlah keunggulan, seperti resep khas yang diwariskan secara turun-temurun, loyalitas pelanggan yang tinggi, dan lokasi strategis di pusat keramaian. Kualitas rasa yang terjaga dan konsistensi dalam penyajian juga menjadi nilai tambah yang membuat pelanggan terus kembali. Namun, kelemahan (*Weaknesses*) seperti keterbatasan kapasitas produksi, minimnya diversifikasi menu, serta ketergantungan terhadap bahan baku tertentu yang harganya fluktuatif, menjadi hal yang perlu diperhatikan.

Di sisi lain, terdapat peluang (*Opportunities*) besar yang dapat

dimanfaatkan oleh usaha ini. Meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan tradisional, ekspansi pasar melalui platform digital seperti layanan pesan-antar online, serta potensi kolaborasi dengan mitra bisnis adalah beberapa peluang yang menjanjikan. Akan tetapi, ancaman (*Threats*) seperti munculnya pesaing baru, perubahan regulasi di sektor makanan, dan ketidakpastian ekonomi yang memengaruhi daya beli konsumen harus diantisipasi secara serius.

Melalui analisis SWOT, Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan posisinya di pasar sekaligus memperluas jangkauan bisnisnya. Strategi tersebut dapat mencakup penguatan brand awareness melalui media sosial, diversifikasi menu untuk menjangkau segmen pasar baru, serta inovasi dalam sistem layanan, seperti penerapan teknologi digital untuk mempermudah pemesanan dan pembayaran.

Dengan keunggulan yang dimiliki dan kemampuan beradaptasi terhadap dinamika pasar, Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin memiliki potensi besar untuk terus tumbuh sebagai salah satu ikon kuliner tradisional Jakarta. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis SWOT secara mendalam guna mengidentifikasi langkah strategis yang dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha ini di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi langsung dan wawancara sebagai pendekatan utama dalam pengumpulan data. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin, mulai dari proses produksi, pelayanan kepada pelanggan, hingga pengelolaan usaha sehari-hari. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai kondisi aktual usaha di lapangan. Selain itu, wawancara mendalam

dengan pemilik usaha dilakukan untuk menggali informasi mengenai sejarah berdirinya usaha, tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, serta pandangan pemilik terhadap peluang dan ancaman di sektor kuliner. Dengan kombinasi kedua metode ini, penelitian dapat memperoleh data yang akurat dan relevan sebagai dasar untuk melakukan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah dan Latar Belakang Usaha

Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin adalah sebuah usaha kuliner yang telah berdiri sekitar 14 tahun yang lalu dengan fokus utama pada penyajian nasi uduk, sebuah hidangan khas Nusantara. Nasi uduk, yang terkenal dengan cita rasa khas dari campuran santan dan rempah-rempah, menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang mencari hidangan yang tidak hanya mengenyangkan, tetapi juga memiliki rasa yang autentik. Pada masa awal pendiriannya, usaha ini dikelola oleh keluarga, terutama oleh kakak kandung dan ayah dari pemilik usaha saat ini. Dengan dedikasi dan semangat yang tinggi, mereka berhasil menciptakan produk yang memiliki cita rasa yang konsisten, yang kemudian menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Keberhasilan ini tidak lepas dari kemampuannya untuk menjaga kualitas rasa dan tradisi dalam setiap sajian nasi uduk yang mereka tawarkan, sehingga reputasinya sebagai salah satu destinasi kuliner khas di Jakarta dan sekitarnya semakin menguat.

Pada awalnya, usaha ini hanya beroperasi dengan satu lokasi di Kebon Kacang, Jakarta Pusat. Namun, dengan meningkatnya permintaan dan kesuksesan yang diraih, usaha ini kemudian berkembang pesat. Saat ini, usaha ini telah memiliki empat cabang yang tersebar di beberapa lokasi strategis, yaitu di Bintaro (Taman Jajan dan Kuliner Malam), Alam Sutera, dan BSD. Keberadaan cabang-cabang ini menjadi bukti bahwa usaha ini mampu memenuhi

permintaan pasar yang terus meningkat, bahkan dapat memperluas jangkauan pasar ke wilayah yang lebih luas.

Perkembangan usaha ini juga mencerminkan keberhasilan strategi ekspansi yang diterapkan. Dengan membuka cabang-cabang di berbagai lokasi, terutama yang memiliki potensi pasar yang besar dan aksesibilitas yang tinggi, Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin berhasil menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Keberhasilan ini tidak hanya dilihat dari sisi omzet yang terus meningkat, tetapi juga dari segi kepuasan pelanggan yang terus setia mengunjungi cabang-cabang tersebut. Selain itu, kualitas rasa yang konsisten dan inovasi dalam pelayanan menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan yang telah diraih selama ini.

2. Struktur Organisasi Usaha

Struktur organisasi di Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin tergolong cukup sederhana namun efektif. Sebagai pemilik usaha, pengelolaan utama berada di tangan pemilik usaha yang memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan strategis dan operasional. Pemilik usaha bertanggung jawab atas kebijakan perusahaan, pengelolaan keuangan, serta pengembangan produk dan pemasaran.

Di bawah pemilik usaha, terdapat sejumlah karyawan yang menjalankan operasional sehari-hari di masing-masing cabang. Masing-masing cabang memiliki manajer yang bertugas mengawasi jalannya operasional dan memastikan bahwa standar kualitas tetap terjaga. Dalam setiap cabang, terdapat berbagai posisi yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab tertentu, di antaranya adalah kasir, koki, dan pelayan.

- a. Kasir bertugas untuk mengelola transaksi keuangan dan melayani pembayaran pelanggan. Kasir juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap transaksi tercatat dengan baik dan sesuai dengan standar prosedur yang berlaku.

Kasir berperan penting dalam menjaga aliran kas usaha tetap terkontrol dan mencegah adanya kesalahan dalam transaksi.

- b. Koki memiliki peran utama dalam memastikan kualitas rasa dari setiap menu yang disajikan. Koki bertugas untuk menyiapkan bahan-bahan masakan, memasak dengan hati-hati, dan menjaga konsistensi rasa dalam setiap hidangan. Koki juga harus memastikan bahwa bahan baku yang digunakan selalu segar dan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.
- c. Pelayan bertugas untuk melayani pelanggan dengan ramah, mengantarkan pesanan dengan tepat waktu, dan memastikan kenyamanan pelanggan selama berada di tempat. Pelayan juga bertanggung jawab untuk menjelaskan menu kepada pelanggan dan membantu mereka memilih menu yang sesuai dengan selera mereka.

Jumlah total karyawan yang bekerja di Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin mencapai sekitar 45 orang yang tersebar di keempat cabang. Salah satu cabang utama di Taman Jajan Bintaro mempekerjakan sekitar 8 orang, yang terdiri dari kasir, koki, pelayan, dan beberapa staf pendukung lainnya. Usaha ini beroperasi dengan jam kerja yang cukup terbatas, yaitu mulai pukul 5 sore hingga 11 malam. Hal ini tentu saja berpengaruh pada potensi penjualan, namun mereka tetap menjaga kualitas dan konsistensi produk. Sistem penggajian dilakukan secara mingguan, dengan pembayaran yang dilakukan setiap malam Senin, memastikan karyawan mendapatkan upah tepat waktu.

3. Sistem Keuangan dan Omzet

Dari segi keuangan, usaha ini menunjukkan performa yang cukup stabil dan terus berkembang. Omzet rata-rata per hari di setiap cabang berkisar antara Rp8 juta hingga Rp10 juta, yang berarti setiap cabang mampu menghasilkan sekitar Rp200 juta per bulan

secara bersih. Angka ini tentu saja sangat menggembirakan bagi sebuah usaha kuliner, mengingat usaha ini masih dalam tahap ekspansi dan memiliki sistem operasional yang cukup sederhana.

Sistem pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh usaha ini cukup efektif, dengan memperhatikan dua aspek utama, yaitu kualitas produk dan harga yang kompetitif. Kualitas rasa yang konsisten menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat mereka kembali lagi. Selain itu, harga yang ditawarkan juga cukup bersaing di pasar, dengan kisaran harga yang bervariasi mulai dari Rp4.000 hingga Rp36.000, tergantung pada jenis menu yang dipesan. Harga yang bervariasi ini memungkinkan pelanggan untuk memilih sesuai dengan anggaran mereka, namun tetap mendapatkan kualitas produk yang baik.

Pemasukan dari setiap cabang juga dipantau dengan cermat untuk memastikan bahwa setiap cabang mampu beroperasi dengan efisien dan menguntungkan. Pengelolaan keuangan yang baik, didukung dengan pengelolaan persediaan bahan baku yang tepat, menjadi kunci keberhasilan usaha ini dalam menjaga kelangsungan dan pertumbuhannya. Selain itu, usaha ini juga terus berinovasi dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan untuk memastikan bahwa usaha tetap dapat berkembang meskipun menghadapi tantangan dalam hal daya beli masyarakat dan fluktuasi harga bahan baku.

4. Produk dan Strategi Pemasaran

Produk utama yang ditawarkan oleh Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin adalah nasi uduk dengan berbagai lauk pendamping seperti soto, ayam goreng, tempe, dan lainnya. Nasi uduk ini menjadi menu unggulan karena cita rasanya yang khas dan konsistensi dalam penyajian. Setiap porsi nasi uduk disiapkan dengan bahan baku yang berkualitas, dan nasi tersebut dikukus untuk

menjaga tekstur dan rasa yang optimal. Koki yang berpengalaman memastikan bahwa setiap piring nasi uduk yang disajikan memiliki rasa yang autentik dan memuaskan pelanggan.

Harga produk yang ditawarkan cukup beragam, dengan kisaran harga mulai dari Rp4.000 hingga Rp36.000. Strategi penetapan harga disesuaikan dengan kondisi pasar, dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat serta harga bahan baku yang digunakan. Meskipun harga yang ditawarkan cukup kompetitif, usaha ini tetap memastikan bahwa kualitas produk tidak terganggu dan tetap memenuhi ekspektasi pelanggan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin juga cukup efektif. Salah satu strategi pemasaran utama yang dilakukan adalah promosi melalui media sosial, seperti Instagram dan YouTube, serta promosi dari mulut ke mulut (word of mouth). Di era digital ini, pemasaran melalui platform media sosial menjadi sangat efektif untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, terutama bagi usaha kuliner yang ingin memperkenalkan produknya kepada pasar yang lebih luas. Melalui platform ini, usaha ini dapat memperkenalkan menu terbaru, promo menarik, dan kegiatan lain yang dapat menarik perhatian pelanggan.

Selain itu, promosi dari mulut ke mulut juga memiliki peran penting dalam memperkenalkan usaha ini kepada calon pelanggan baru. Pelanggan yang puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan biasanya akan merekomendasikan kepada teman-teman atau keluarga mereka, sehingga usaha ini dapat terus berkembang dengan basis pelanggan yang loyal.

Deskripsi SWOT

Internal Factors Analysis Summary untuk pemasaran efektif Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin melibatkan analisis faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan

(*Weaknesses*) yang berasal dari aspek internal bisnis.

Tabel 1. Internal Factors Analysis Summary

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Kualitas rasa yang konsisten dan khas	0,25	4	1,00
2	Lokasi cabang yang strategis	0,20	4	0,80
3	Loyalitas pelanggan yang tinggi	0,15	4	0,60
4	Struktur organisasi yang sederhana	0,10	3	0,30
5	Kapasitas produksi yang terbatas	0,10	2	0,20
6	Ketergantungan pada bahan baku tertentu	0,20	2	0,40
Total		1,00		3,30

Eksternal Factors Analysis Summary untuk pemasaran Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin mencakup peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang berasal dari luar

Tabel 2. Eksternal Factors Analysis Summary

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan tradisional	0,25	4	1,00
2	Potensi ekspansi digital dan layanan pesan antar	0,20	3	0,60
3	Pesaing baru yang bermunculan dengan konsep serupa	0,20	2	0,40
4	Pesaing baru yang bermunculan dengan konsep aeropa	0,15	2	0,30
5	Perubahan regulasi pemerintah terkait dengan usaha makanan	0,20	3	0,60
Total		1,00		2,90

Setelah penelitian data selesai, analisis SWOT menjadi fokus utama untuk merancang strategi pemasaran efektif. Langkah berikutnya adalah menyusun strategi berdasarkan hasil analisis SWOT, yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dan menghadapi ancaman sambil memaksimalkan kekuatan serta memanfaatkan peluang.

Faktor internal (*strengths* dan *Weaknesses*) dan faktor eksternal (*opportunities* dan *Threats*) yang memengaruhi kinerja pemasaran Nasi Uduk Kebon Kacang Babe Yamin di media sosial dirangkum dalam diagram SWOT berikut:

Tabel 3. Analisis Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	1. Kualitas rasa yang konsisten dan khas 2. Lokasi cabang yang strategis 3. Loyalitas pelanggan yang tinggi	1. Kapasitas produksi yang terbatas 2. Ketergantungan pada bahan baku tertentu
Opportunity (Peluang)	SO	WO
1. Meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan tradisional 2. Potensi ekspansi digital dan layanan pesan antar	1. Mengembangkan menu baru dengan rasa yang lebih khas untuk memenuhi selera pasar yang lebih luas dan memanfaatkan tren makanan tradisional yang sedang berkembang. 2. Ekspansi ke platform digital dan aplikasi pesan antar, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan di luar lokasi fisik.	1. Mengembangkan sistem produksi yang lebih efisien dan kapasitas yang lebih besar untuk memenuhi permintaan yang meningkat, terutama melalui saluran digital. 2. Mencari alternatif bahan baku yang lebih beragam dan stabil untuk mengurangi ketergantungan pada bahan baku tertentu dan menjaga kestabilan pasokan.
Threats (Ancaman)	ST	WT
1. Pesaing baru yang bermunculan dengan konsep serupa 2. Ketidakpastian ekonomi dan penurunan daya beli masyarakat	1. Meningkatkan diferensiasi produk dan pengalaman pelanggan dengan memperkenalkan keunggulan unik yang tidak dimiliki oleh pesaing. 2. Menawarkan program loyalitas pelanggan dan promosi khusus untuk mempertahankan pelanggan dalam kondisi ekonomi yang kurang stabil.	1. Meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses produksi untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin padat. 2. Menyusun strategi pengelolaan biaya yang lebih ketat dan efisien untuk tetap mempertahankan harga produk yang kompetitif meskipun ada tekanan dari faktor eksternal.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis matriks SWOT, usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang dengan memanfaatkan kekuatan seperti kualitas rasa yang konsisten dan lokasi strategis, serta peluang ekspansi digital. Namun, tantangan dari pesaing baru dan

ketidakpastian ekonomi memerlukan strategi diferensiasi produk, peningkatan efisiensi operasional, dan pengelolaan biaya yang lebih baik. Dengan memanfaatkan peluang pasar makanan tradisional dan meningkatkan kapasitas produksi, usaha ini dapat mempertahankan daya saing dan meraih pertumbuhan meskipun menghadapi ancaman eksternal dan kelemahan internal.

DAFTAR PUSTAKA

Bakrie, R. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh Kreativitas Umkm Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82-88.

Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... & Hikmah, A. N. (2023). *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Peluang, Dan Tantangan Ekonomi Kreatif ddi Indonesia*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.

Tohady, E., Lestari, D. S., & Manullang, R. R. (2024). 10.61533 Penyusunan Strategi Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Pt Prioritas Inti Sejahtera Menggunakan Analisis Swot. *Jurnal Ilmiah Niaga Bisnis Elektronik*, 4(1), 48-56.

Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01-14.