



PERKEMBANGAN UMKM SANDAL DI DESA WEDORO : STUDI KASUS PENGGUNAAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI ERA MODERN

Uswatun Khasanah

UIN Sunan Ampel Surabaya

Ries Dyah Fitriyah

UIN Sunan Ampel Surabaya

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60237

Korespondensi penulis: uswatunkhasanah0865@gmail.com

***Abstrak.** The development of the era in this modern era has an impact on all sectors in Indonesia. One of the sectors affected is the MSME economic sector. The types of MSME in Indonesia are very diverse, one of the focuses of MSMEs in this study is the sandal MSME in Wedoro, Sidoarjo. The researcher's goal is to find out how the strategies of MSME actors are in this modern era and analyze the strategies of MSME actors using SWOT analysis. This study uses a qualitative method, namely data collection techniques by conducting interviews, observations, or documentation. In this SWOT analysis we can find out what are the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by sandal actors in this modern era. The modern era in MSMEs has a fairly large role, with the development of advanced technology, sandal MSME actors in Wedoro Village can take advantage of it by buying and selling on online platforms such as Instagram, Shopee and so on. With this SWOT analysis, it can be expected as an evaluation for sandal MSME actors to provide better innovation.*

Keywords: Sandal MSME, SWOT Analysis, Economic Development

Abstrak. Perkembangan zaman di era modern ini berdampak kepada seluruh sektor yang ada di Indonesia. Salah satu sektor yang berdampak adalah sektor perekonomian UMKM. Jenis UMKM di Indonesia sangat beragam, salah satu fokus UMKM pada penelitian ini adalah UMKM sandal yang berada di Wedoro, Sidoarjo. Tujuan peneliti untuk mengetahui bagaimana strategi pelaku UMKM di era modern ini dan menganalisis strategi pelaku UMKM menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni teknik pengambilan data dengan melakukan wawancara, observasi, ataupun dokumentasi. Dalam analisis SWOT ini kita dapat mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku sandal di era modern ini. Era modern dalam UMKM memiliki peranan yang cukup besar, dengan adanya perkembangan teknologi yang maju para pelaku UMKM sandal di Desa Wedoro dapat memanfaatkan dengan melakukan jual beli di platform online seperti Instagram, shopee dan lain sebagainya. Dengan adanya analisis SWOT ini nantinya dapat diharapkan sebagai evaluasi bagi para pelaku UMKM sandal untuk memberikan inovasi yang lebih baik.

Kata Kunci : UMKM sandal, Analisis SWOT, Pengembangan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat sejak 5 tahun terakhir. Kondisi tersebut dapat ditunjukkan melalui laporan Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) tahun 2019. Laporan ini menyatakan berbagai usaha terkait industri ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2019 mampu menyerap 19,1 juta tenaga kerja serta memiliki nilai ekspor yang cukup tinggi yakni 21,50 milyar USD¹. Pertumbuhan ini berdampak pada pemangku kebijakan terkait, khususnya pemerintah Indonesia untuk memaksimalkan kapasitas tersebut pada tahun 2020 melalui integritas sistem Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan aktivitas ekonomi terkait.²

Pengembangan industri ekonomi kreatif ini penting dilakukan di Indonesia, karena hal ini industri ekonomi kreatif merupakan industri yang fleksibel untuk diaplikasikan di berbagai aktivitas ekonomi baik itu secara nonformal. Industri ekonomi kreatif ini juga memberikan peluang yang cukup besar untuk tingkat kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pendapatan daerah melalui pengembangan potensi pengetahuan lokal serta transformasi aktivitas ekonomi yang lebih kreatif.³ Perkembangan ekonomi kreatif di era revolusi Industri ini terdapat tantangan dan peluang tersendiri bagi para pelaku usaha. Hal ini dikarenakan banyaknya kompetitor yang sudah memahami dan menganalisis terkait perkembangan ekonomi di era revolusi Industri ini.

Era modern seperti ini, tentu kita tidak asing dengan media sosial era modern ini merupakan sistem produksi yang memanfaatkan teknologi serta informasi. Memasuki revolusi Industri 4.0 teknologi digital menjadi salah satu modal utama bagi para pelaku industri untuk mengembangkan usahanya.⁴ Pada zaman sekarang mayoritas masyarakat mengandalkan perkembangan teknologi untuk melakukan aktifitas ekonomi, Pendidikan dan lain sebagainya. Mayoritas masyarakat zaman sekarang sudah lincah dalam penggunaan sosial media. Seperti halnya di Desa Wedoro, Desa Wedoro terkenal akan UMKM sandal sehingga mereka memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk melakukan aktifitas perekonomian seperti menjual hasil produksi sandal melalui *platform digital* seperti *shopee*, *tiktokshop* dan *Instagram*. Akan tetapi ada juga pelaku UMKM yang belum memaksimalkan perkembangan ini.

UMKM sandal di Desa Wedoro ini mengalami pasang surut dalam sebuah bisnis perekonomian. Dimulai tahun 2006 sampai 2017 mengalami perkembangan yang sangat pesat, hingga sandal wedoro ini bisa dikirim di luar Jawa ataupun luar kota. Akan tetapi, pada saat masa pandemi, UMKM sandal ini mulai menurun, karena adanya pembatasan sosial, sehingga pada masa pandemi tidak sedikit pelaku usaha sandal ini gulung tikar. Sehingga hal ini dapat mengganggu perekonomian dari masyarakat, setelah masa pandemi berakhir para pelaku UMKM sandal ini mulai bangkit untuk mempertahankan perkembangan UMKM nya.

¹ BEKRAF (Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif), Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif tahun 2019, Jakarta, 2019.

² Bambang Brodjonegoro, "Laporan Kinerja Kementerian Komunikasi Dan Informatika," *Jurnal Abdimas Dewantara* 53, no. 9 (2020): 1689–99.

³ Dias Satria and Joshi Maharani Wibowo, "PERAN KLASSTER PARIWISATA TERHADAP EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANYUWANGI DI ERA INDUSTRI 4.0 The Role of Tourism Cluster toward Banyuwangi Regency Creative Economics in Industry 4.0 Era," *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 15, no. 2 (2021): 134–47.

⁴ Agyztia Premana et al., "Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0," *Journal of Economic and Management (JECMA)* 2, no. 2 (2020): 1–6, <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i01.219>.

Oleh karena itu, berkembangnya era di Indonesia ini memiliki tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM sandal di Desa Wedoro. Pasalnya di zaman sekarang banyak inovasi yang berkembang dan mengikuti trend zaman sekarang. Sehingga hal ini bisa menjadi ancaman ataupun tantangan bagi pelaku UMKM, mereka harus bersaing dan mempertahankan produk. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai alat bantu untuk melihat apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari UMKM sandal di era modern ini. Selain itu juga melihat bagaimana strategi yang diambil oleh pelaku usaha untuk mempertahankan perkembangan UMKM sandal ini.

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi, proyek atau bahkan suatu usaha UMKM. Dengan menganalisis kekuatan, kita dapat mengidentifikasi aspek-aspek positif yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan. Kelemahan mengacu pada area yang perlu diperbaiki atau risiko internal yang dapat menghambat kemajuan. Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan, sedangkan ancaman merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat menimbulkan risiko atau tantangan. Dengan menyusun dan menganalisis keempat elemen ini, peneliti dapat mengetahui strategi pelaku usaha melalui analisis SWOT ini.

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang diambil oleh peneliti yakni :

1. Bagaimana strategi pelaku UMKM sandal di Desa Wedoro saat meghadapi era modern ?
2. Bagaimana bentuk analisis SWOT dari strategi perkembangan UMKM sandal di Desa Wedoro ini ?

Dari rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi pelaku UMKM sandal di Desa Wedoro saat menghadapi era modern.
2. Mengetahui bentuk analisis SWOT dari strategi perkembangan UMKM sandal di Desa Wedoro.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang digunakan untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga hal ini dapat memudahkan mendapatkan data yang obyektif. Metode ini peneliti digunakan untuk mengetahui bagaimana perkembangan UMKM di masa modern dengan menggunakan analisis SWOT. Metode kualitatif merupakan suatu pendekatan yang mana berorientasi fenomena secara alami. Pendekatan kualitatif ini tidak bisa dilakukan di laboratorium saja, akan tetapi juga dilakukan di luar lapangan untuk mengetahui secara jelas terkait fenomena yang terkait⁵.

Penelitian kualitatif secara sederhana dapat diartikan sebagai salah satu metode penelitian yang temuannya tidak menggunakan prosedur statistic. Akan tetapi penelitian ini berfokus kepada observasi, wawancara ataupun FGD⁶. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara interpretative, seringkali dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang

⁵ Zuchri Abdussamad, "Metode Penelitian Kualitatif", (Makassar : Syakir Media Press), 2021, 31.

⁶ feni rita Fiantika, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin*, 2022, <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAA&hl=en>.

muncul dari informasi yang dikumpulkan. Metode ini bermanfaat untuk eksplorasi isu-isu kompleks yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Home Industri Sandal Desa Wedoro

Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten yang terkenal akan UMKM, kabupaten Sidoarjo memiliki peringkat ketiga jumlah UMKM terbanyak yakni 306,48⁷. Salah satu UMKM yang terkenal dan masih eksis saat ini adalah UMKM sandal yang berada di Desa Wedoro. UMKM sandal di Desa Wedoro sudah ada sejak tahun 1960an. UMKM sandal di Desa Wedoro merupakan usaha yang turun temurun, para orang-orang terdahulu selalu mewariskan usaha ini ke anak cucunya dengan cara mereka dibimbing dan ajarkan tentang pembuatan, penjualan sandal. Meskipun UMKM sandal ini sudah ada sejak dahulu, UMKM sandal di Wedoro ini selalu berkembang dan menunjukkan eksistensinya. Usaha sandal di Wedoro sendiri memiliki ciri khas tersendiri yakni menggunakan bahan spon sebagai bahan utamanya. Karena bahan spon ini bisa diibilang cukup awet.

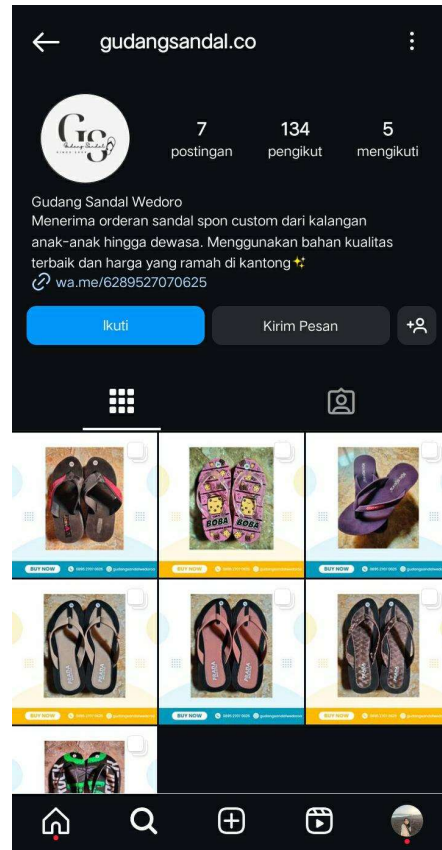


Gambar 1. Produk Sandal Desa Wedoro

Produk UMKM sandal ini nantinya akan diperjual belikan ke pertokohan sandal Desa Wedoro, sehingga hal ini dapat menarik perhatian masyarakat luar untuk berkunjung ke Desa Wedoro. Selain diperjualbelikan di daerah setempat, para pelaku UMKM sandal juga biasanya melakukan pengiriman sandal ke luar kota seperti Bogor, Malang, Jakarta, Bandung dan lain sebagainya. Sebelum adanya perkembangan zaman yang cepat, dulunya pelaku UMKM menawarkan produk sandalnya secara offline (datang ke tokoh satu ke tokoh lain untuk menawarkan produknya). Akan tetapi seiring berkembangnya zaman, sudah ada beberapa pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan

⁷ Desika Karinayah, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sidoarjo," *Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga* 1(1) (2018): 1–13, https://repository.unair.ac.id/74627/3/JURNAL_Fis.AN.61_18_Sup_p.pdf.

platform digital untuk mempromosikan produknya, salah satu platform yang digunakan adalah *Instagram*.



Gambar 2. Instagram salah satu Pelaku Usaha

Setiap usaha pasti terdapat pasang surut dari usaha tersebut, begitu juga dengan UMKM sandal di Desa Wedoro ini. UMKM sandal Desa Wedoro hampir mengalami gulung tikar, karena adanya beberapa factor salah satunya adalah saat pandemi Covid-19. Saat pandemi, telah ditetapkan oleh pemerintah untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar. Hal ini tentu menghambat para pelaku usaha untuk melakukan distribusi ke luar kota. Selain itu saat pandemi Desa Wedoro juga mengalami penutupan atau pembatasan masyarakat luar untuk masuk. Sehingga pertokoan sandal yang berada di Wedoro sepi dan ada juga yang tutup selama pandemi. Hal ini menjadi tantangan dan ancaman bagi para pelaku UMKM sandal, karena para pelaku usaha sandal bergantung kepada penghasilan sandal.

Setelah pandemi Covid menghilang, para pelaku UMKM harus kembali menata dan membuka kembali lembaran baru. Mereka harus mengatur strategi untuk mengembalikan UMKM sandal Wedoro ini. Seiring berjalannya waktu UMKM sandal Wedoro mulai stabil dan banyak juga toko sandal yang buka kembali. Hal ini tentu menjadi awal yang baik bagi pelaku UMKM untuk menjadi UMKM yang berkembang dan mendunia.

1. Strategi Pelaku UMKM Sandal di Era Modern

a. Pemasaran Digital

Salah satu Upaya yang dilakukan bagi pelaku UMKM sandal adalah dengan menggunakan platform digital. Seiring berkembangnya zaman, platform digital sekarang banyak digandrungi oleh para pelaku UMKM, karena dengan adanya bantuan platform digital dapat memberikan bantuan yang efisien bagi pelaku UMKM. Selain itu, dengan adanya platform digital ini masyarakat luar dapat mengenal UMKM sandal yang berada di Wedoro. Para pelaku UMKM sandal Wedoro mayoritas sudah memanfaatkan perkembangan digital ini untuk melakukan jual beli. Dari kurang lebih 10 UMKM sandal di Wedoro 50% sudah menggunakan platform digital untuk melakukan jual beli. Mayoritas masyarakat menggunakan Instagram ataupun tiktok untuk mempromosikan produk sandal.

b. Branding

Dalam mempertahankan usaha, perlu adanya branding ataupun menjaga citra dalam usahanya. Pelaku UMKM sandal Wedoro melakukan branding dengan menentukan riset dan target pasar. Sandal merupakan kebutuhan yang penting bagi manusia, sehingga para pelaku UMKM sandal mendapatkan peluang yang besar bagi usahanya. Selain itu tampilan visual sandal wedoro ini memiliki ciri yang khas. Pelaku UMKM sandal di Wedoro ini mayoritas tidak memiliki brand khusus, akan tetapi meskipun tidak memiliki brand sandal yang di produksi bisa mendistribusikan hingga luar kota.

a. Inovasi Desain

Desain yang digunakan oleh pelaku UMKM bisa dibilang tidak mengikuti trend, karena bahan utama yang digunakan untuk pembuatan sandal Wedoro adalah spon. Akan tetapi, banyak masyarakat luar yang menjadikan oleh-oleh saat sedang berkunjung di Wedoro. Desain yang dibuat oleh pelaku UMKM sandal Wedoro bersifat monoton, sandal Wedoro lebih fokus untuk penggunaan daripada desain visual.

2. Analisis SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun factor-faktor strategis dalam usaha adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

IFAS	<p>STRENGTH (KEKUATAN)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki brand image positif di masyarakat Wedoro. Komitmen yang tinggi orang-orang terdahulu untuk 	<p>WEAKNESS (KELEMAHAN)</p> <ol style="list-style-type: none"> Skala produksi sandal terbatas, karena mayoritas pelaku UMKM sandal memproduksi saat ada pesanana.
------	--	---

PERKEMBANGAN UMKM SANDAL DI DESA WEDORO : STUDI KASUS PENGGUNAAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI ERA MODERN

<p>EFAS</p>	<p>mempertahankan produk sandal.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan sandal Wedoro adalah sandal, sehingga sandal di Wedoro kualitas sandal Wedoro cukup baik. 4. Memiliki harga yang terjangkau. 5. Jaringan distribusi yang tersebar hingga luar kota. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Branding yang lemah, tidak fokus pada branding yang kuat, sehingga sering kali kalah bersaing dengan merek-merek yang lebih terkenal di pasaran 3. Minimnya inovasi teknologi, mayoritas UMKM sandal menggunakan alat tradisional. 4. Kurangnya variasi produk sandal Wedoro. 5. Tidak adanya nama brand sandal
<p>OPPORTUNITIES (PELUANG)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya platform online memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga pasar internasional. 2. Adanya dukungan pemerintah terkait UMKM. 3. Lokasi Wedoro sebagai pusat pembuatan sandal dapat menjadi destinasi wisata 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi secara rutin secara online ataupun offline. 2. Menggandeng pihak seperti influencer untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas. 3. Meningkatkan sektor perekonomian desa dengan mempertahankan atau memperkenalkan toko sandal melalui media masa. 	<p>STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan. 2. Memanfaatkan potensi pasar untuk memfokuskan produk usaha sandal Wedoro. 3. Melakukan inovasi terkait trend sandal masa kini. 4. Memberi label ataupun brand sandal, supaya masyarakat lebih mengetahui dan mengenal sandal wedoro.

<p>belanja yang menarik bagi wisatawan, membuka peluang bagi peningkatan penjualan langsung.</p> <p>4. Mayoritas pelaku UMKM sandal Wedoro memiliki pelanggan yang tetap.</p>		
<p>THREATS (ANCAMAN)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya persaingan antar pelaku UMKM sandal di Wedoro. 2. Tren mode yang cepat berubah dapat membuat desain sandal lokal ketinggalan zaman jika tidak mengikuti perkembangan pasar. 3. Ketidakpastian ekonomi, adanya penurunan daya beli masyarakat atau kenaikan harga bahan baku, dapat memengaruhi operasional. 	<p>STRATEGI S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan brand image agar bisa bersaing dengan baik dan bisa mengembangkan bisnis yang lebih unggul. 2. Menggunakan layanan pelanggan yang baik untuk membangun loyalitas meskipun ada persaingan. 	<p>STRATEGI W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan promosi sehingga para masyarakat luar mengetahui akan produk UMKM sandal wedoro. 2. Menjaga kualitas sandal Wedoro. 3. Melakukan riset pasar untuk mengetahui tren.

Tabel 1. Analisis SWOT

Setelah diketahui hasil analisis dari permasukan data berdasarkan analisis SWOT maka dapat digambarkan strategi yang akan digunakan dalam mempertahankan pengembangan UMKM sandal Wedoro : (1) Strategi Strength Opportunities, strategi yang menggunakan kekuatan untuk menjadikan peluang usaha diantaranya (a) meningkatkan promosi secara online ataupun offline, (b) menggandeng pihak seperti influencer untuk menjangkai pemasaran yang lebih luas, (c) meningkatkan sektor perekonomian desa dengan mempertahankan atau memperkenalkan toko sandal melalui media masa. (2) Strategi Strength Threats, strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk menanggulangi ancaman diantaranya (a) memanfaatkan brand image agar bisa bersaing dengan baik dan bisa mengembangkan bisnis yang lebih unggul, (b) menggunakan layanan pelanggan yang baik untuk membangun loyalitas meskipun ada persaingan.

(3) Strategi Weaknesses Opportunities, strategi yang meminimalkan kelemahan dengan peluang diantaranya (a) melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan, (b) memanfaatkan potensi pasar untuk memfokuskan produk usaha sandal wedoro, (c) Melakukan inovasi terkait trend sandal masa kini (4) Strategi Weaknesses Threats, strategi yang meminimalkan kelemahan (intern) untuk bertahan dalam menghadapi tantangan diantaranya (a) mengoptimalkan promosi sehingga para masyarakat luar mengetahui akan produk UMKM sandal wedoro, (b) Menjaga kualitas sandal Wedoro, (c) Melakukan riset pasar untuk mengetahui tren.

KESIMPULAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia ini membawa perubahan bagi sektor yang ada di Indonesia, salah satu sektor yang paling berdampak akan perkembangan ini adalah sektor perekonomian. Hal ini disebabkan karena dengan adanya perkembangan digital para pelaku UMKM lebih mudah untuk mempromosikan hasil produknya. Salah satu UMKM yang memanfaatkan adanya perkembangan digital ini adalah UMKM sandal yang berada di Wedoro. Wedoro sangat terknal akan UMKM sandal, dalam zaman modern ini peneliti ingin mengathui strategi yang digunakan para pelaku untuk mempertahankan usahanya dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan menggunakan analisis SWOT ini dapat mempermudah untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di era modern ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyztia Premana, Gian Fitralisma, Andi Yulianto, M. Badruz Zaman, and M. A. Wiryo. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0." *Journal of Economic and Management (JECMA)* 2, no. 2 (2020): 1–6. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i01.219>.
- Brodjonegoro, Bambang. "Laporan Kinerja Kementerian Komunikasi Dan Informatika." *Jurnal Abdimas Dewantara* 53, no. 9 (2020): 1689–99.
- Fiantika, Feni Rita. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin, 2022. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.
- Erna Listyahningsih dan Apip Alansari, *kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat* (Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI), 2020), 3
- Karinayah, Desika. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sidoarjo." *Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga* 1(1) (2018): 1–13. https://repository.unair.ac.id/74627/3/JURNAL_Fis.AN.61_18_Sup_p.pdf.

- Mahalizikri, Irawan Fakhruhin. “Membangun Dan Mengembangkan Serta Meningkatkan UMKM Di Desa Tenggayun.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 2 (2019): 185–94. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.171>.
- Mukhlisin, Ahmad, and Mansyur Hidayat Pasaribu. “Analisis Swot Dalam Membuat Keputusan Dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat.” *Invention: Journal Research and Education Studies* 1, no. 1 (2020): 33–44. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>.
- Murdani, Mardani, Sus Widayani, and Hadromi Hadromi. “Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang).” *Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 23, no. 2 (2019): 152–57. <https://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17893>.
- Satria, Dias, and Joshi Maharani Wibowo. “PERAN KLASER PARIWISATA TERHADAP EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANYUWANGI DI ERA INDUSTRI 4.0 The Role of Tourism Cluster toward Banyuwangi Regency Creative Economics in Industry 4.0 Era.” *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 15, no. 2 (2021): 134–47.
- Sensus Ekonomi Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur 2023.
- BEKRAF (Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif), Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif tahun 2019, Jakarta, 2019.
- Zuchri Abdussamad, “Metode Penelitian Kualitatif”, (Makassar : Syakir Media Press), 2021, 31.
- Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.