

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

Oleh:

Fitria Mulia Hanifa Soempoh¹

Azzahra Ramadhani²

Jackson Schandrath Manuel³

Universitas Indraprasta PGRI

Alamat: Jl. Raya Tengah No.80, RT.1/RW.3, Gedong, Kec. Ps. Rebo, Kota Jakarta

Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta (13760).

Korespondensi Penulis: ahnifa0.0@email.com, azzahraramadhani789@gmail.com,
jacksonmanuel950@gmail.com.

Abstract. *This research aims to analyze the development strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) operating in the creative industry sector, specifically in the handmade crafts field, using the case study of Bulubul by Elin MSME. The business strategy analysis was conducted using the SWOT framework to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by business owners in running and developing their businesses amidst increasingly competitive market conditions. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews with business owners and direct observation of the production process, product characteristics, and customer service methods. The research results show that Bulubul by Elin has strengths in the quality of premium raw materials, relatively affordable prices, urgent order service, and a personal approach to consumers. On the other hand, the main weakness of the business lies in the limited optimization of digital promotion due to changes in social media algorithms. The public's growing interest in handmade crafts presents ample business opportunities, even in the face of competition from similar products and consumer preference for real flowers.*

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

SWOT analysis is expected to be the basis for formulating adaptive and sustainable business strategies.

Keywords: *Entrepreneurship, SWOT Analysis, Creative Industry, Handicrafts.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor industri kreatif, khususnya pada bidang kerajinan tangan (handmade), dengan studi kasus UMKM Bulubul by Elin. Analisis strategi usaha dilakukan menggunakan kerangka kerja SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada pemilik usaha serta observasi langsung terhadap proses produksi, karakteristik produk, dan bentuk pelayanan kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bulubul by Elin memiliki kekuatan pada kualitas bahan baku premium, harga yang relatif terjangkau, layanan pemesanan mendesak (urgent order), serta pendekatan personal kepada konsumen. Di sisi lain, kelemahan utama usaha terletak pada keterbatasan optimalisasi promosi digital akibat perubahan algoritma media sosial. Peluang usaha terbuka luas seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kerajinan handmade, meskipun terdapat ancaman dari persaingan produk sejenis dan preferensi konsumen terhadap bunga asli. Analisis SWOT diharapkan menjadi dasar perumusan strategi usaha yang adaptif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Analisis SWOT, Industri Kreatif, Kerajinan Tangan.

LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir, globalisasi telah menjadi faktor penting yang memengaruhi cara UMKM di Indonesia menjalankan dan mengembangkan usahanya di antara persaingan pasar yang semakin kompetitif. Globalisasi membuka peluang sekaligus tantangan baru UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing melalui penguatan strategi usaha dan adopsi teknologi digital, sehingga UMKM tidak hanya berorientasi pada pasar lokal tetapi juga mampu bersaing di lingkungan global yang semakin terbuka (Endra Krisna & Bondowoso no, n.d.). Seiring

dengan perkembangan teknologi informasi, pemanfaatan media digital menjadi salah satu alternatif strategis bagi UMKM dalam menjalankan aktivitas pemasaran dan pengelolaan usaha. Kehadiran teknologi tersebut membantu pelaku UMKM dalam memperkenalkan produk, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta memahami dinamika pasar secara lebih efektif. Kondisi ini mendorong UMKM untuk lebih cepat menyesuaikan diri terhadap perubahan preferensi konsumen dan perkembangan tren pasar (Parasnalurita & Novita, 2025).

Sejalan dengan tuntutan globalisasi dan perkembangan teknologi digital yang mendorong UMKM untuk lebih adaptif, industri kreatif muncul sebagai salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan oleh UMKM di Indonesia. Industri kreatif mengandalkan kreativitas, inovasi, serta keunikan produk sebagai sumber utama nilai tambah, sehingga mampu menciptakan diferensiasi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam (Purba et al., 2025), UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif cenderung memiliki peluang pasar yang lebih luas karena produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika dan emosional bagi konsumen. Selain itu, karakteristik industri kreatif yang fleksibel dan berbasis ide menjadikannya lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan selera pasar dan tren konsumen, sehingga berpotensi memberikan keuntungan usaha yang berkelanjutan.

Potensi besar yang dimiliki UMKM di sektor industri kreatif perlu didukung oleh perencanaan strategi usaha yang matang agar dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam perumusan strategi usaha adalah analisis SWOT, yaitu analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu usaha (Anggreani, 2021). Melalui analisis SWOT, pelaku UMKM dapat memahami kondisi internal dan eksternal usahanya sehingga mampu menentukan langkah strategis yang sesuai dengan karakteristik dan lingkungan pasar (Dita et al., 2024). Dalam (Mujito & Aminudin, 2025) dijelaskan bahwa analisis SWOT dapat digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai posisi usaha serta menjadi dasar dalam menyusun strategi pengembangan yang adaptif terhadap persaingan pasar. Dengan pemahaman strategi yang tepat, UMKM industri kreatif diharapkan mampu memaksimalkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan risiko usaha di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

Selain perencanaan strategi usaha yang matang, keunggulan pelayanan juga menjadi faktor penting yang mendukung daya saing UMKM, khususnya pada sektor industri kreatif. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mampu membentuk pengalaman konsumen yang berkesan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan pelanggan (Taqdirul Alim et al., 2025). Menurut (Zoraifi & Arifin, 2025) kualitas pelayanan yang baik memberikan kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan UMKM, sehingga pelayanan dapat menjadi salah satu elemen pembeda usaha di samping keragaman produk. Pelayanan yang responsif, komunikatif, dan konsisten tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membantu membangun citra usaha yang positif serta mendorong terbentuknya loyalitas konsumen (Reni Widiastuti, 2024). Dengan demikian, keunggulan pelayanan menjadi elemen strategis yang memperkuat posisi UMKM industri kreatif dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

KAJIAN TEORITIS

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu fondasi utama dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan tertentu. UMKM berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Menurut (Gusti Ayu Nita & Made Reina, 2024), kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar 60% dan mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional, menjadikannya tulang punggung ekonomi nasional (*Eurasia Economic Journal*). Meskipun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain keterbatasan akses modal, rendahnya literasi keuangan, dan minimnya kemampuan adopsi teknologi digital (Ningsih et al., 2023). Hambatan-hambatan ini berdampak pada keterbatasan ekspansi usaha serta kemampuan inovasi produk yang relatif rendah.

Dalam era digital, peningkatan kapasitas kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM. Penelitian

oleh (Ratna et al., 2024) menegaskan bahwa digitalisasi bisnis, khususnya dalam konteks pemasaran dan manajemen keuangan, dapat meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan (*Indo-Fintech Intellectuals Journal of Economics and Business*). Industri kreatif merupakan bagian dari sektor ekonomi yang berorientasi pada eksploitasi ide, inovasi, dan kreativitas individu sebagai sumber daya ekonomi utama. Menurut Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), industri kreatif mencakup berbagai subsektor seperti kuliner, desain, musik, fesyen, seni pertunjukan, serta media digital. Hasil penelitian oleh (Syafri et al., 2023) menunjukkan bahwa industri kreatif memberikan kontribusi yang meningkat terhadap pertumbuhan ekonomi negara berkembang, termasuk Indonesia, dengan menghasilkan nilai tambah ekonomi melalui inovasi produk dan ekspansi pasar global (*West Science Economics and Entrepreneurship Journal*). Selain aspek ekonomi, industri kreatif juga berperan dalam memperkuat identitas budaya lokal serta memperluas lapangan kerja berbasis talenta (Yuslin, 2021). Lebih lanjut, studi oleh (Ratna et al., 2024) menyoroti bahwa pelaku industri kreatif yang mengintegrasikan teknologi digital dalam rantai produksinya cenderung memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan pelaku tradisional. Inovasi digital memungkinkan efisiensi biaya produksi, perluasan distribusi melalui *platform* daring, serta peningkatan interaksi dengan konsumen. Hal ini menjadikan sektor industri kreatif sebagai motor utama ekonomi baru berbasis pengetahuan dan kreativitas.

Analisis SWOT adalah analisis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memanfaatkan peluang, memaksimalkan kekuatan, mencari solusi dari kelemahan dan meminimalisir ancaman yang akan dihadapi perusahaan. Terdapat beberapa hal yang dapat memaksimalkan analisis ini agar menjadikan sebuah perusahaan dapat mengambil keputusan yang strategis dan mampu bersaing di pasar. Visi, Misi, Manfaat, Tujuan, Strategi serta Kebijakan dari Perusahaan menjadi hal yang sangat crucial dalam pengambilan keputusan untuk memperkuat perusahaan. (Bakhri et al., 2019). Analisis SWOT adalah metode yang sering digunakan oleh perusahaan yang didalamnya terdiri dari perencanaan yang disusun dengan strategis sehingga dapat digunakan sebagai tolak ukur penilaian ataupun uji kemampuan suatu produk perusahaan dalam kekuatan, kelemahan, peluang, kelemahan dan ancaman. Hasil analisis SWOT akan menghasilkan dan menetapkan tujuan suatu perusahaan. (Ramadhan et al., 2022).

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan kewirausahaan secara mendalam dan menyeluruh berdasarkan data lapangan yang diperoleh secara langsung. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan analisis data secara induktif dan menghasilkan deskripsi mendalam tentang karakteristik objek, proses yang terjadi, temuan potensi, pengelompokan dan keterkaitan antar kategori, serta pemaknaan terhadap suatu peristiwa (Darna & Herlina, 2018).

Subjek penelitian adalah pemilik usaha Bulubul by Elin yang merupakan wirausaha rumahan di bidang industri kreatif. Pemilihan subjek dilakukan secara *purposive*, dengan pertimbangan bahwa pemilik usaha memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terkait proses produksi, pemasaran, serta pelayanan usaha.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, strategi yang telah diterapkan, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Sementara itu, observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas produksi, bentuk produk, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT, yang meliputi identifikasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Hasil analisis SWOT tersebut digunakan untuk memberikan gambaran kondisi internal dan eksternal usaha berdasarkan temuan penelitian di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Bulubul By Elin

Bulubul By Elin merupakan industri rumahan yang bergerak dalam bidang industri kreatif terutama dalam pembuatan buket khususnya kerajinan buket kawat bulu. Bulubul by Elin ini didirikan oleh Angelin Putri. Pada awalnya pengusaha tidak langsung mendirikan usaha ini yang secara spesifikasi usaha buket kawat bulu akan tetapi awalnya usaha ini bernama By Elin yang menyediakan berbagai jasa seperti *make up*, *press on nails*, *hairdo* dan buket. Namun karena pengusaha merasa lebih menikmati dan tertarik

dengan kerajinan buket, maka pengusaha melakukan rebranding atau merubah nama perusahaannya menjadi Bulubul by Elin.

Terciptanya usaha ini dikarenakan pengusaha merasa memiliki keterampilan yang baik di bidang kreativitas kerajinan buatan tangan, dibuktikan dengan menjadi juara dalam kegiatan lomba kreativitas. Usaha ini dijalankan sejak tahun 2021, tepatnya saat kak Elin masih menjalankan studi di perguruan tinggi. Produk utama yang ditawarkan oleh pengusaha adalah buket kawat bulu yang memiliki harga variatif dan ramah dikantong. Harga yang ditawarkan sesuai dengan tingkat kerumitan dan waktu yang diminta oleh konsumen.

Analisis SWOT Usaha Bulubul by Elin

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan oleh pengusaha untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam perusahaan (Putra, 2019). Analisis SWOT secara sederhana memiliki tujuan untuk sebagai menganalisis kekuatan dan kelemahan internal sebuah perusahaan, serta kesempatan dan ancaman lingkungan eksternalnya. Analisis SWOT menyediakan dasar yang tertata dan terorganisasi untuk menjadi bahan diskusi dari berbagai informasi secara mendalam yang dapat memperbaiki kualitas dan keputusan perusahaan. Proses tersebut menjadi bagian penting sebagai suatu proses yang dilalui perusahaan dalam menghasilkan kebijakan (Sulistiani, 2014)

1. Kekuatan (Strenght)

- 1) Bulubul by Elin merupakan usaha yang didirikan sendiri oleh Kak Elin, sehingga Kak Elin yang mengelola secara langsung pesanan yang dipesan oleh konsumen. Sehingga, bisa dengan mudah mengidentifikasi dan menganalisis kesukaan dan minat para konsumen sesuai dengan kemampuan pengusaha agar menghasilkan produk lebih maksimal.
- 2) Bulubul by Elin menggunakan bahan baku kawat bulu premium dengan kualitas baik yang menjadi keunggulan dari produk, sehingga para konsumen pun tidak ragu untuk melakukan pembelian ulang (*repeat order*).
- 3) Pengusaha memiliki layanan unggulan yaitu layanan *urgent order*. *Urgent order* merupakan layanan yang disediakan oleh pengusaha jikalau konsumen memerlukan produk secara mendadak dengan permintaan khusus. Dengan

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

layanan unggulan ini menjadi daya tarik para konsumen untuk bisa memesan produk sesuai dengan keinginan.

- 4) Harga yang ditawarkan oleh Bulubul By Elin ini juga relatif ramah dikantong dan sesuai dengan budget yang dimiliki oleh konsumen. Sehingga produk bisa dibuat dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen.
 - 5) Bulubul By Elin ini sudah mendaftarkan perusahaannya di web SEO (*Search Engine Optimization*), *Google Maps* yang akan mempermudah pengenalan produk kepada konsumen yang baru pertama kali akan membeli produk.
 - 6) Buket kawat bulu ini ramah lingkungan dibandingkan dengan buket bunga asli, sehingga meskipun *artificial* tetapi tetap memiliki *value* yang setara dengan buket buket pada umumnya.
2. Kelemahan (Weakness)
- 1) Pengusaha pada awalnya merasa sungkan atau tidak percaya diri saat menjalankan usaha, sehingga pada awal penjualan ini masih ada rasa takut untuk mempromosikan produk yang dimilikinya.
 - 2) Perusahaan menghadapi kendala dalam mengoptimalkan visibilitas produk akibat perubahan algoritma media sosial yang sulit diprediksi dan belum mampu berfungsi secara efektif dengan konteks penjualan produk. Hal ini membatasi eksposur ke konsumen baru secara luas, sehingga aktivitas penjualan cenderung stagnan pada basis pelanggan lokal atau lingkaran pertemanan penjual yang menghambat proses skalabilitas bisnis.
3. Peluang (Opportunity)
- 1) Untuk Industri kreatif, lebih tepatnya produk kerajinan tangan (*handmade*) dalam bidang buket dengan jenis kawat bulu ini masih sangat sedikit bahkan jarang sekali dijual di daerah Jakarta Timur.
 - 2) Pengusaha mampu memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok* dengan cara membuat berbagai konten yang bertujuan untuk memasarkan produk produk yang telah dibuat baik dari pesanan konsumen atau untuk membuat katalog produk.
 - 3) Tingginya antusiasme kelompok usia remaja hingga dewasa, khususnya segmen wanita dan pasangan, terhadap tren pemberian hadiah berupa buket yang menjadi

peluang besar bagi pertumbuhan bisnis. Produk buket kawat bulu saat ini tengah menjadi tren favorit masyarakat karena nilai estetikanya, sehingga membuka ruang bagi perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar yang lebih dalam melalui inovasi desain yang unik dan personal.

4. Ancaman (Thread)

- 1) Mudahnya pengiriman produk yang bisa dilakukan antar kota atau antar daerah yang membuat persaingan perusahaan lebih ketat. Terutama dengan perusahaan yang sudah memiliki jaringan sosial yang luas dan telah dijangkau oleh banyak konsumen. Hal tersebut akan mempengaruhi penilaian konsumen atas suatu produk yang akan dibeli.
- 2) Preferensi konsumen terhadap bunga asli yang dinilai memiliki standar estetika lebih tinggi dan proses pengerjaan yang lebih instan. Hal ini menciptakan hambatan kompetitif bagi produk buket kawat bulu, terutama dalam menjangkau segmen pasar yang mengutamakan tampilan natural serta efisiensi waktu dalam pemenuhan pesanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada usaha Bulubul by Elin, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif terutama kerajinan buatan tangan dengan bahan dasar kawat bulu mampu bersaing dengan industri lainnya di bidang kerajinan. Di samping kualitas produk, peran media sosial saat ini menjadi parameter utama yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Sinergi antara pendekatan personal kepada konsumen serta keunggulan material menjadi poin penting dalam menghadapi dinamika pasar. Meskipun tantangan dalam promosi media sosial cukup besar, pengusaha dapat tetap fokus pada inovasi berkelanjutan dan penguatan identitas merek guna memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Oleh karena itu, langkah strategis ke depan harus diarahkan pada transformasi strategi pemasaran yang lebih luas untuk mengonversi peluang pasar menjadi loyalitas pelanggan yang lebih masif di industri kreatif.

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

DAFTAR REFERENSI

- Anggreani, T. F. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWOT: STRATEGI PENGEMBANGAN SDM, STRATEGI BISNIS, DAN STRATEGI MSDM (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA)*. 2(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *DIMASEJATI*, 1(1). <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal%20/index.php/dimasejati/article/view/5407>
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat : Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Ekonomologi*, 5. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi>
- Dita, P., Safitri, S., & Noviyanti, I. (2024). *ANALISIS SWOT MENJADI SEBUAH ALAT STRATEGIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING ORGANISASI: STUDI UMKM RUMAH MAKAN PONDOK RUMBIO* (Vol. 3, Issue 2). <https://journal.admi.or.id/index.php/JEKMA/article/view/1333>
- Endra Krisna, A., & Bondowoso no, J. (n.d.). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66–81. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3.4514>
- Gusti Ayu Nita, U. I., & Made Reina, C. (2024). THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, LOCUS OF CONTROL AND FINANCIAL ATTITUDES ON FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR: A STUDY OF SUKLA SATYAGRAHA CERTIFIED CULINARY MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN GIANJAR REGENCY. *Eurasia : Economics & Business*. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2024-01>
- Mujito, & Aminudin. (2025). *ANALISIS SWOT DALAM MANAJEMEN STRATEGI* (A. Fitriyani, Ed.). https://www.google.co.id/books/edition/ANALISIS_SWOT_DALAM_MANAJEMEN_STRATEGI/ImN5EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Ningsih, T. W., Tulasi, D., & Masela, M. Y. (2023). Investigasi Qualitative : Menggali Tantangan yang Dihadapi UKM Indonesia dalam Mengakses Layanan Keuangan. *Sanskara Akuntansi Dan Keuangan*, 01(03). <https://doi.org/10.58812/sak.v1.i03>
- Parasnalurita, D., & Novita, Y. (2025). PENGARUH KEWIRAUSAHAAN, E-COMMERCE, DAN LIBERALISASI PERDAGANGAN TERHADAP PERTUMBUHANUKM. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/2141>
- Purba, A. T., Sitorus, A., Putri, H. R., & Manurung, S. N. K. (2025). PERAN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI ERA DIGITAL: Studi Kasus: Delair Bouquet. In *Jurnal Studi Multidisipliner* (Vol. 9, Issue 5). <https://sejurnal.com/pub/index.php/jsm/article/view/7394>
- Putra, I. G. N. A. B. (2019). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN PADA UD. KACANG SARI DI DESA TAMBLANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20106>
- Ramadhan, R. P., Liviana Bela, O., & Prasetyo, H. D. (2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA MAKARONI KRIUKZZ*. 15(01). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1>
- Ratna, Purnomo, Y. J., & Sutrisno. (2024). The Role of Innovation and Creativity in Business Management to Enhance SME Economy in the Creative Industry. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3). <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1473>
- Reni Widiastuti. (2024). Dampak Loyalitas Pelanggan Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Layanan, Dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak*, 1(1). <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i1.38>
- Sulistiani, D. (2014). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PERUSAHAAN DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS*. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/lemlit/article/view/2725/4665>
- Syafri, M., Shobirin, M. S., Ekowati, D., & Maghfirah, N. (2023). The Impact of Creative Industries on Economic Growth: Case Studies in Developing Countries in Malaysia and Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(10). <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i10.295>

ANALISIS SWOT UMKM BULUBUL BY ELIN DALAM SEKTOR INDUSTRI KREATIF

- Taqdirul Alim, Zufriah, D., & Muhammad Isnaini Fathoni. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.54131/jbma.v12i1.215>
- Yuslin, H. (2021). Creative Industry Development as a Local Economic Development Effort. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 67–76. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol7.iss1.art6>
- Zoraifi, R., & Arifin, S. (2025). Peran Kewirausahaan dan Kualitas Layanan dalam Mendorong Daya Saing Pengrajin Rotan. *MARGIN ECO*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.32764/margin.v9i1.5617>