

**STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM ROTI PISANG: PERSPEKTIF LEGALITAS,
STRATEGI PEMASARAN, MANAJEMEN KEUANGAN,
DAN SUMBER DAYA MANUSIA**

Yusandi Ferdiansyah Aditama¹, Dian Nur Fitriyani², Dwi Astuti³

Universitas Pelita Bangsa^{1,2,3}

e-mail: shandytoretto07@gmail.com, diannurfitriyani2706@gmail.com,
Astutidwi207@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM Roti Pisang milik Pak Nedi di Desa Sukaraya melalui empat perspektif utama: legalitas, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan sumber daya manusia. Dengan pendekatan kualitatif, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek legalitas usaha masih terbatas, dengan izin usaha mikro kecil (IUMK) sebagai satu-satunya dokumen legalitas yang dimiliki. Strategi pemasaran didominasi oleh metode tradisional, sementara potensi digital marketing belum dimanfaatkan secara optimal. Dalam aspek keuangan, pencatatan masih manual dan minim analisis keuangan, menghambat pengambilan keputusan strategis. Pada aspek sumber daya manusia, keterbatasan tenaga kerja terampil mengakibatkan beban kerja tinggi dan kurangnya efisiensi. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan untuk pemenuhan persyaratan legalitas, penerapan pemasaran digital, penggunaan teknologi keuangan, dan penguatan kapasitas tenaga kerja. Pendekatan holistik ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM Pak Nedi, sekaligus menjadi model pemberdayaan UMKM serupa. Hasil penelitian tidak hanya relevan untuk meningkatkan kinerja UMKM, tetapi juga mendukung pengembangan sektor UMKM sebagai pilar utama ekonomi lokal dan nasional.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Legalitas, Pemasaran, Keuangan, Sumber Daya Manusia

Abstract

This research aims to analyze the feasibility of Mr. Nedi's Banana Bread MSME business in Sukaraya Village through four main perspectives: legality, marketing strategy, financial management, and human resources. With a qualitative approach, data is obtained through interviews, observation and documentation. The results of the analysis show that the legality aspect of business is still limited, with a micro and small business permit (IUMK) as the only legality document held. Marketing strategies are dominated by traditional methods, while the potential of digital marketing has not been utilized optimally. In the financial aspect, recording is still manual and financial analysis is minimal, hampering strategic decision making. In the human resources aspect, limited workforce results in high workloads and lack of efficiency. This research recommends training to ensure legality requirements, application of digital marketing, use of financial technology, and strengthening workforce capacity. It is hoped that this holistic approach can increase the competitiveness and desirability of Mr. Nedi's MSMEs, as well as become a model for empowering similar MSMEs. The research

results are not only relevant for improving the performance of MSMEs, but also support the development of the MSME sector as the main pillar of the local and national economy.

Keywords : Business Feasibility Study, Legality, Marketing, Finance, Human Resources

PENDAHULUAN

Kondisi dalam beberapa tahun terakhir ini, perekonomian Indonesia menunjukkan tren positif yang sangat signifikan. Peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) menjadi salah satu indikator utama keberhasilan ini, didorong oleh kinerja yang kuat di berbagai sektor, mulai dari industri, perdagangan, hingga sektor jasa (Yudha & Anwar, 2025). Angka PDB yang terus bertumbuh tidak hanya merefleksikan kekuatan fundamental ekonomi nasional tetapi juga mencerminkan keberhasilan berbagai kebijakan pemerintah dalam mendorong daya saing ekonomi. Momentum ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia memiliki pondasi yang semakin kokoh untuk bersaing di kancah global, dengan potensi pertumbuhan yang inklusif di seluruh daerah (Wati et al., 2024).

Salah satu pilar utama yang memberikan kontribusi besar terhadap PDB adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Yolanda, 2024). Berdasarkan data terkini dari Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 60% PDB Indonesia bersumber dari sektor ini. Tidak hanya memberikan dampak signifikan pada perekonomian nasional, UMKM juga berperan sebagai motor penciptaan lapangan kerja dan penggerak ekonomi lokal yang efektif (Winarsih et al., 2024). Perannya dalam menjaga stabilitas ekonomi selama masa krisis global menegaskan bahwa UMKM adalah elemen vital dalam ekosistem ekonomi Indonesia. Selain itu, UMKM kerap menjadi solusi nyata untuk mengatasi kesenjangan ekonomi di masyarakat, terutama dalam wilayah-wilayah yang kurang terjangkau oleh aktivitas ekonomi besar (Lubis & Salsabila, 2024).

Berkenaan dalam konteks ini, peran strategis UMKM menjadi semakin relevan. Keberadaannya sebagai sektor yang mampu menciptakan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan menempatkan UMKM sebagai kunci dalam pembangunan bangsa. Selain menyediakan peluang usaha bagi masyarakat kecil, UMKM juga menawarkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan lokal (Rambe et al., 2024). Kemampuan sektor ini untuk terus bertahan dan berkembang meskipun di tengah tekanan ekonomi global menandakan daya lentur yang luar biasa (Windusancono, 2021). Hal ini mendorong pemerintah untuk memberikan perhatian khusus terhadap pemberdayaan UMKM agar semakin berkontribusi dalam membangun masa depan ekonomi nasional yang inklusif.

Kemunculan jumlah UMKM di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun (Kanivia et al., 2022). Fenomena ini mencerminkan antusiasme masyarakat dalam memanfaatkan peluang usaha dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Dukungan yang datang dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku industri, turut menjadi katalis bagi pertumbuhan sektor ini. Kondisi ini menjadikan UMKM sebagai pusat perhatian dalam berbagai diskusi ekonomi, baik di tingkat nasional maupun lokal. Dengan jumlah yang terus bertambah, UMKM memiliki peran krusial dalam menjangkau wilayah-wilayah yang jauh dari pusat kota, sekaligus memacu pemerataan ekonomi yang lebih baik (Komariah, 2022).

Berlokasi di Desa Sukaraya terdapat salah satu UMKM yang mencuri perhatian adalah usaha roti pisang milik Bapak Nedi. UMKM ini telah menjadi bagian penting dari perekonomian lokal, menawarkan produk khas yang tidak hanya memenuhi kebutuhan kuliner masyarakat, tetapi juga menjadi daya tarik unik. Dalam situasi persaingan antar-UMKM yang semakin ketat, usaha Bapak Nedi berhasil mempertahankan eksistensinya melalui inovasi produk dan fokus pada kualitas. Keberadaan usaha ini juga mencerminkan semangat kewirausahaan yang tumbuh subur di tengah masyarakat Sukaraya, memberikan inspirasi bagi banyak calon pengusaha lainnya.

Keunggulan utama dari usaha roti pisang Pak Nedi terletak pada kemampuan untuk terus berinovasi menciptakan varian rasa yang beragam dan menarik, sekaligus mempertahankan kualitas rasa yang autentik dan unik. Ragam pilihan rasa ini dirancang untuk memenuhi preferensi masyarakat setempat yang beragam, mulai dari rasa klasik hingga rasa modern yang kekinian, yang berhasil memikat hati berbagai kelompok usia. Tidak hanya itu, daya tarik produk roti pisang ini bahkan melampaui batas wilayah Desa Sukaraya, sehingga mampu menarik perhatian pelanggan dari luar daerah yang penasaran dengan keunikan rasa dan kualitas produknya. Konsistensi dalam inovasi menjadi kunci kesuksesan usaha ini. Dengan mengutamakan penggunaan bahan baku pilihan yang segar dan berkualitas, produk roti pisang Pak Nedi berhasil menciptakan rasa yang tidak hanya lezat tetapi juga meninggalkan kesan mendalam di benak konsumennya. Produk ini telah menjadi favorit di berbagai kalangan, mulai dari masyarakat biasa hingga acara-acara istimewa, berkat keunikan cita rasa dan komitmen terhadap mutu.

Selain itu, kombinasi antara rasa yang khas dan autentik dengan strategi pemasaran yang sederhana namun efektif turut mendukung keberhasilan UMKM ini. Pak Nedi

memanfaatkan hubungan kedekatan dengan masyarakat sekitar, dibarengi dengan promosi berbasis rekomendasi pelanggan yang puas, sebagai cara untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasarnya. Strategi ini menunjukkan potensi besar bagi UMKM ini untuk terus berkembang di masa depan. Dengan adanya pendampingan dan dukungan yang tepat, baik dalam bentuk pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, maupun akses modal dan pasar, usaha roti pisang Pak Nedi memiliki peluang besar untuk menjadi ikon kuliner lokal yang semakin dikenal luas, bahkan di tingkat regional.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi kelayakan bisnis terhadap usaha roti pisang milik Pak Nedi. Penelitian ini akan mengkaji empat perspektif utama yang berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha, yaitu aspek legalitas, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan sumber daya manusia. Dengan pendekatan yang komprehensif, studi ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan dan aplikatif untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan UMKM tersebut. Temuan dari penelitian ini juga berpotensi menjadi referensi penting bagi pengembangan UMKM serupa di wilayah lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk secara mendalam mengeksplorasi dan menganalisis kelayakan bisnis UMKM Roti Pisang dari perspektif legalitas, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Metode kualitatif digunakan karena mampu menangkap kompleksitas fenomena yang diteliti dengan memberikan gambaran yang holistik dan mendalam, sehingga relevan untuk memahami berbagai aspek terkait kelangsungan usaha UMKM. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi untuk memberikan pemahaman yang komprehensif. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik UMKM, observasi terhadap proses produksi, kegiatan pemasaran, dan pengelolaan operasional sehari-hari. Data sekunder meliputi dokumen-dokumen pendukung seperti laporan keuangan, dokumen legalitas usaha, strategi pemasaran tertulis, dan sumber literatur yang relevan dari buku, artikel ilmiah, serta jurnal terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: observasi untuk mengamati secara langsung aktivitas dan dinamika operasional UMKM, wawancara mendalam yang dirancang untuk menggali wawasan dan pengalaman langsung subjek penelitian, serta dokumentasi untuk

memastikan keakuratan data melalui analisis arsip dan dokumen penting. Subjek penelitian adalah pemilik UMKM Roti Pisang yakni Pak Nedi, yang memiliki keterlibatan langsung dalam operasional dan keputusan manajerial sehingga dianggap sebagai sumber informasi utama. Sedangkan objek penelitian adalah UMKM Roti Pisang itu sendiri, yang mencakup berbagai aspek bisnis seperti tata kelola legalitas, penerapan strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, dan optimalisasi sumber daya manusia yang menjadi elemen penting dalam kelangsungan bisnis. Penelitian ini dilakukan di lokasi operasional UMKM yang terletak di Sukaraya, Jawa Barat, pada periode Desember 2024. Pelaksanaan penelitian yang sistematis selama kurun waktu tersebut memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara intensif dan menyeluruh. Analisis data dilakukan menggunakan teknik kualitatif yang melibatkan beberapa tahapan penting. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana data yang terkumpul disederhanakan, disaring, dan difokuskan pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau diagram untuk mempermudah interpretasi temuan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana temuan-temuan utama dirumuskan menjadi rekomendasi yang aplikatif dan mendukung pengambilan keputusan terkait kelayakan bisnis UMKM Roti Pisang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Legalitas

Pada aspek legalitas, UMKM Roti Pisang milik Pak Nedi menunjukkan kepatuhan administratif yang masih perlu ditingkatkan. Saat ini, usaha tersebut hanya memiliki izin usaha mikro kecil (IUMK) dari pemerintah desa sebagai bentuk legalitas dasar. Namun, izin lain seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, dan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) belum diperoleh (Gunawan et al., 2021). Permasalahan utama dalam aspek ini adalah kurangnya pengetahuan dan akses terhadap proses perizinan yang lebih komprehensif. Tantangan lainnya adalah terbatasnya biaya untuk mengurus sertifikasi tambahan, seperti label halal, yang menjadi kebutuhan mendesak untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, Pak Nedi juga menghadapi kendala dalam memahami regulasi terkait pajak usaha kecil, sehingga potensi kepatuhan pajak belum dioptimalkan. Solusi untuk mengatasi permasalahan ini meliputi pelatihan atau pendampingan khusus bagi pelaku usaha untuk memahami prosedur perizinan. Lembaga-lembaga seperti

Dinas Koperasi dan UKM atau instansi terkait dapat dilibatkan untuk menyediakan layanan konsultasi. Pendampingan berbasis komunitas juga disarankan untuk mengurangi biaya serta menyediakan panduan teknis, sehingga UMKM ini dapat memenuhi semua persyaratan legalitas secara bertahap dan efektif.

Aspek Pemasaran

Pada aspek strategi pemasaran, UMKM Roti Pisang milik Pak Nedi masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti menjual produk di pasar tradisional, menitipkan barang di warung sekitar, dan memanfaatkan relasi pribadi untuk memperluas jaringan konsumen. Strategi ini cukup membantu untuk menjaga keberlangsungan usaha di tingkat lokal, tetapi kurang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama di era digital saat ini. Permasalahan utama terletak pada rendahnya pemanfaatan teknologi modern, seperti media sosial dan e-commerce, yang berpotensi memperluas cakupan pasar. Selain itu, pengemasan produk masih sederhana, sehingga kurang menarik perhatian konsumen dan memberikan nilai tambah visual terhadap produk. Tantangan lain adalah minimnya strategi pemasaran kreatif seperti diskon khusus, promosi bundling, atau event kolaborasi dengan komunitas lokal. Untuk mengatasi masalah ini, pelatihan pemasaran digital sangat dibutuhkan agar Pak Nedi dan tim dapat mengoptimalkan platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk berinteraksi dengan konsumen potensial. Produk juga sebaiknya dimasukkan ke marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, sehingga dapat diakses oleh konsumen di luar daerah. Selain itu, peningkatan branding melalui desain logo yang menarik, pembuatan kemasan inovatif yang mencantumkan informasi produk secara jelas, serta slogan khas yang mudah diingat dapat memperkuat identitas produk di mata konsumen. Meluncurkan strategi pemasaran seperti giveaway, voucher diskon, atau program loyalitas juga akan membantu meningkatkan daya tarik produk secara signifikan.

Aspek Keuangan

Selanjutnya dalam perspektif keuangan, UMKM Roti Pisang milik Pak Nedi menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan finansial. Selama ini, pencatatan keuangan dilakukan secara manual tanpa struktur yang jelas, di mana data keuangan hanya berupa catatan sederhana mengenai pemasukan dan pengeluaran harian. Tidak adanya analisis laba rugi atau arus kas membuat Pak Nedi kesulitan memahami kondisi keuangan usaha secara komprehensif, sehingga sulit untuk mengambil keputusan strategis terkait alokasi dana atau kebutuhan modal kerja. Selain itu, UMKM ini masih sepenuhnya bergantung pada modal

pribadi dan belum memanfaatkan sumber pembiayaan lain seperti kredit usaha rakyat (KUR) atau pinjaman dari lembaga mikro keuangan. Hal ini membatasi fleksibilitas usaha untuk melakukan pengembangan, seperti menambah alat produksi atau ekspansi pasar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pelatihan dasar pengelolaan keuangan sangat penting, misalnya cara membuat laporan keuangan sederhana yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan penghitungan laba rugi secara rutin. Pemanfaatan teknologi, seperti aplikasi pembukuan digital gratis (misalnya BukuKas atau Wave), dapat membantu mengatasi kendala dalam pencatatan manual. Selain itu, Pak Nedi dapat mengajukan pinjaman dengan bunga rendah melalui program pemerintah seperti KUR atau bergabung dalam koperasi untuk mendapatkan bantuan permodalan. Dengan pendekatan ini, UMKM dapat mengelola keuangan lebih baik sekaligus meningkatkan kapasitas pengembangan bisnisnya.

Aspek Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia (SDM), UMKM Roti Pisang milik Pak Nedi mengalami keterbatasan dalam hal tenaga kerja yang terampil dan memadai. Saat ini, usaha hanya didukung oleh tiga karyawan tetap yang bertugas merangkap di berbagai fungsi seperti produksi, pengemasan, dan distribusi. Kondisi ini menyebabkan beban kerja yang tinggi bagi karyawan, sehingga mereka sering mengalami kelelahan, terutama saat volume pesanan meningkat signifikan. Selain itu, sebagian besar karyawan belum mendapatkan pelatihan khusus, baik dalam hal peningkatan keterampilan produksi maupun pelayanan konsumen, sehingga proses kerja cenderung kurang inovatif. Struktur organisasi yang belum tertata dengan baik juga menjadi kendala dalam membagi tugas dan tanggung jawab secara efisien. Untuk mengatasi hal ini, langkah awal adalah merekrut tenaga kerja baru secara bertahap sesuai kebutuhan operasional agar kapasitas produksi dan distribusi dapat ditingkatkan. Selain itu, perlu dilakukan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan, baik dalam penggunaan alat produksi modern maupun teknik pelayanan yang efektif. Menjalin kemitraan dengan lembaga pelatihan kerja lokal atau dinas tenaga kerja setempat dapat menjadi solusi hemat biaya untuk pelatihan ini. Pak Nedi juga disarankan untuk memberikan penghargaan berupa bonus atau insentif berbasis kinerja untuk memotivasi karyawan. Terakhir, penataan struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas yang spesifik akan membantu menciptakan efisiensi kerja yang lebih baik serta mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, studi kelayakan bisnis UMKM Roti Pisang milik Pak Nedi di Desa Sukaraya menunjukkan potensi keberlanjutan usaha yang baik, meskipun terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan untuk mencapai kinerja optimal. Dari perspektif legalitas, meskipun telah memiliki izin dasar berupa IUMK, usaha ini perlu melengkapi sertifikasi seperti NIB, SPP-IRT, dan label halal agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkuat kredibilitas di mata konsumen. Dalam hal pemasaran, strategi konvensional yang selama ini digunakan cukup efektif untuk pasar lokal tetapi kurang memadai di era digital. Pemanfaatan platform digital seperti media sosial, e-commerce, serta peningkatan branding melalui desain kemasan dan promosi kreatif diperlukan untuk memperluas pasar. Dari sisi manajemen keuangan, pencatatan keuangan manual yang tidak terstruktur menjadi kendala utama dalam memahami kondisi keuangan secara komprehensif, sehingga dibutuhkan pelatihan dasar keuangan dan pemanfaatan teknologi pembukuan digital untuk meningkatkan pengelolaan keuangan. Sementara itu, aspek sumber daya manusia menghadapi tantangan dalam keterbatasan tenaga kerja dan belum adanya pelatihan khusus yang dapat meningkatkan efisiensi dan inovasi. Oleh karena itu, perekrutan tenaga kerja tambahan, pelatihan keterampilan, serta penataan struktur organisasi menjadi langkah penting untuk mengoptimalkan kapasitas kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM ini memiliki keunggulan kompetitif, terutama dalam inovasi produk yang mampu menarik perhatian konsumen di luar daerah, masih terdapat kebutuhan akan pendampingan intensif dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun lembaga terkait, guna meningkatkan kualitas legalitas, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengembangan SDM. Dengan implementasi strategi yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, UMKM Roti Pisang Pak Nedi tidak hanya berpotensi menjadi ikon kuliner lokal yang unggul, tetapi juga mampu berkontribusi secara lebih signifikan terhadap pembangunan ekonomi lokal dan nasional di masa depan. Kesimpulan dari penelitian ini dapat menjadi rujukan penting dalam pengembangan UMKM serupa agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif, sekaligus mendukung inklusi ekonomi yang lebih baik di wilayah setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan, S., Aparamarta, H. W., Darmawan, R., & Rakhmawati, A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 5(1), 8-14.

- Kanivia, A., Solihah, Y. A., Dewi, I. R., Rachmawati, I., & Kartika, V. D. (2022). Penyuluhan Strategi Pemasaran Produk Umkm Di Koperasi Lingga Asih. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 1(2).
- Komariah, K. (2022). Peran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3703-3711.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91-110.
- Rambe, R., Ramadhani, G., & Akmala, T. F. (2024). Peran Umkm Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Kesejahteraan Masyarakat. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(3), 81-90.
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265-282.
- Winarsih, T., Fariz, F., & Resmawa, I. N. (2024). Penguatan UMKM Melalui Program Inkubasi Kewirausahaan Bagi Pemuda Karang Taruna Di Desa Genilangit Kabupaten Magetan. *Science Contribution To Society Journal*, 4(2), 20-29.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01-14.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170-186.
- Yudha, Y. D. P., & Anwar, M. Z. K. (2025). Dampak Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(1), 171-182.