

STRATEGI PENGEMBANGAN SAMBAL PECEL “SPECIAL” BU SUYATIN DI KELURAHAN NGADIREJO KECAMATAN KEPANJENKIDUL KOTA BLITAR

Jazilatun Nur Rosidah¹ Rima Dewi Oryza Sativa²

Eko Wahyu Budiman³ Jeka Widiatmanta⁴

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Balitar, Blitar

⁴Program Studi Agroteknologi, Universitas Islam Balitar, Blitar

Email¹: jazilatunrosidah@gmail.com

ABSTRACT

The research was entitled “Development Strategy of Sambal Pecel ‘SPECIAL’ Bu Suyatin in Ngadirejo Village, Kepanjenkidul District, Blitar City”. The research location is located in the Sub-District Ngadirejo District Kepanjenkidul Kota Blitar, the purpose of the research is to find out how the right alternative strategy for Bu Suyatin’s chili pecel business. The analysis method used is the SWOT analysis method with validity and reliability tests. Based on the research the results obtained are as follows: The results of interviews with respondents show that the strengths of this business are affordable prices, no preservatives, halal and PIRT certificates, diverse packaging, strategic location, easy to find ingredients, products have benefits. Weaknesses are less active in social media, manual equipment, less variants, less attractive packaging, less human resources, easily damaged products. Opportunities that exist can be enjoyed by all groups, open market opportunities, able to compete, support from the government, consumer confidence in products, high demand. Threats in the form of natural disasters, seasonal influences on raw material harvests, PIRT policies, emerging rivals, power outages, quality standardization, consumers are getting bored. The recommended alternative development strategy is the S-O strategy, namely maintaining product quality while maintaining affordable prices, utilizing consumer confidence in quality and existing flavor variants to retain consumers and face other competitors, utilizing the advantages of halal and PIRT certification to support product promotion, utilizing various packaging sizes to attract new consumers ranging from household consumers to traders.

Keyword : Development Strategy, Sambal Pecel, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Strategi Pengembangan Sambal Pecel “SPECIAL” Bu Suyatin di Desa Ngadirejo Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar“. Lokasi Penelitian terletak di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi alternatif yang tepat untuk usaha sambal pecel Bu Suyatin. Metode analisis yang di gunakan adalah metode analisa SWOT dengan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan penelitian hasil yang di dapat adalah sebagai berikut: hasil wawancara terhadap responden menunjukkan Kekuatan dari usaha ini adalah harga terjangkau, tanpa

pengawet, memiliki sertifikat halal dan PIRT, kemasan beragam, lokasi strategis, bahan pembuatan mudah di temui, produk memiliki manfaat. Kelemahan yang dimiliki kurang aktif dalam media sosial, peralatan manual, kurang varian, kemasan kurang menarik, sdm kurang, produk mudah rusak. Peluang yang ada dapat dinikmati semua kalangan, peluang pasar terbuka, mampu bersaing, dukungan dari pemerintah, keyakinan konsumen pada produk, permintaan tinggi. Ancaman berupa bencana alam, pengaruh musim pada panen bahan baku, kebijakan PIRT, muncul saingan, pemadaman listrik, standardisasi mutu, konsumen mulai bosan. Strategi pengembangan alternatif yang di rekomendasikan adalah strategi S-O yaitu mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjaga harga yang terjangkau, memanfaatkan keyakinan konsumen akan kualitas dan varian rasa yang sudah ada untuk mempertahankan konsumen dan menghadapi pesaing lain, memanfaatkan keunggulan sertifikasi halal dan PIRT untuk menunjang promosi produk, memanfaatkan berbagai ukuran kemasan untuk menarik konsumen baru mulai dari konsumen rumah tangga sampai pedagang.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Sambal Pecel, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengembangan UMKM lokal dalam mendukung perekonomian daerah. Mengembangkan perekonomian daerah sesuai dengan potensi yang dimilikinya merupakan peluang besar bagi pemerintahan daerah. Dengan menjadikan agroindustri sebagai model penggerak perekonomian melalui pemberdayaan masyarakat, sebaiknya fokus pada sistem padat karya yang memanfaatkan sumber daya lokal, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya modal. Selain itu, penting untuk menciptakan identitas atau ciri khas daerah dengan mengoptimalkan potensi sumber daya yang dimiliki oleh wilayah tersebut (Susilowati et al., 2024).

Pecel sendiri merupakan salah satu makanan tradisional khas Jawa Tengah dan Jawa Timur (Damayanti et al., 2022). Di Jawa Timur, Kota Blitar dikenal sebagai salah satu daerah penghasil sambal pecel yang potensial. Sambal pecel khas Blitar memiliki keunikan tersendiri, seperti rasa manis yang khas, daya tahan yang lama (hingga 3 bulan), serta dapat dinikmati bersama berbagai jenis

makanan. Hal ini menjadikan sambal pecel Blitar memiliki daya tarik dan nilai lebih dibandingkan produk sejenis (Hartatik et al., 2021).

Salah satu daerah penghasil sambal pecel kemasan adalah Industri rumah sambal pecel Bu Suyatin Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar. Sambal pecel juga merupakan industri yang memiliki prospek tinggi di Kota Blitar terutama di Kecamatan Kepanjenkidul sambal pecel menempati posisi teratas pada sektor industri pangan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

		Industri Komoditi Andalan							
Kecamatan		Kendang	Bubutan Kayu	Sambal Pecel	Wajik Kletik	Tempe dan Tahu	Olahan Belimbing	Batik	Kendang
010	Sukorejo	-	1	13	-	176	4	33	30
020	Kepanjenkidul	294	14	10	3	5	1	39	2
030	Sananwetan	1	1	6	3	8	1	14	22
	Kota Blitar	295	16	29	6	189	6	86	54

Tabel 1. 1 *Sumber Data Perindag Daerah Kota Blitar 2020*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dimiliki usaha sambal pecel Bu Suyatin, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Responden terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Analisis data dilakukan dengan analisis SWOT, dan instrumen diuji dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wilayah dan Usaha

Kelurahan Ngadirejo merupakan wilayah strategis yang mendukung perkembangan UMKM, termasuk usaha sambal pecel Bu Suyatin yang berdiri sejak tahun 2012. Usaha ini memiliki tiga varian tingkat kepedasan dan dikelola

oleh lima orang karyawan dengan visi menjaga kualitas produk dan memberikan kontribusi sosial.

Karakteristik Responden

Sebanyak 30 responden dikaji untuk mendapatkan gambaran pasar. Mayoritas berusia 20–30 tahun (73%), perempuan (87%), dan memiliki pendidikan perguruan tinggi (53%). Sebagian besar bekerja sebagai karyawan (40%) dan berpenghasilan lebih dari Rp2.000.000 (57%), dengan frekuensi pembelian rata-rata kurang dari satu kali per minggu.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas menunjukkan seluruh item kuisioner memiliki nilai korelasi signifikan (r -hitung > r -tabel).

Variabel	Probabilitas (Sig.)	Person Correlation	Keterangan
Kekuatan X1			
X1.1	0.001	0.562	Valid
X1.2	0.001	0.559	Valid
X1.3	0.000	0.682	Valid
X1.4	0.000	0.733	Valid
X1.5	0.001	0.593	Valid
X1.6	0.000	0.766	Valid
X1.7	0.001	0.558	Valid
X1.8	0.001	0.592	Valid
X1.9	0.000	0.779	Valid
Kelemahan X2			
X2.1	0.003	0.530	Valid
X2.2	0.000	0.716	Valid
X2.3	0.003	0.539	Valid
X2.4	0.000	0.785	Valid
X2.5	0.001	0.579	Valid
X2.6	0.003	0.529	Valid
Peluang X3			
X3.1	0.007	0.479	Valid
X3.2	0.000	0.719	Valid
X3.3	0.000	0.738	Valid
X3.4	0.000	0.756	Valid
X3.5	0.000	0.598	Valid
X3.6	0.001	0.569	Valid
X3.7	0.009	0.470	Valid
Ancaman X4			
X4.1	0.009	0.469	Valid
X4.2	0.000	0.697	Valid
X4.3	0.028	0.402	Valid
X4.4	0.000	0.727	Valid
X4.5	0.000	0.655	Valid
X4.6	0.000	0.637	Valid
X4.7	0.000	0.759	Valid

Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,772 untuk faktor internal dan 0,737 untuk faktor eksternal, yang menunjukkan instrumen reliabel.

Analisis SWOT

Kekuatan (S): Harga terjangkau, produk tidak menggunakan pengawet, bersertifikat halal dan PIRT, produk berkualitas, lokasi strategis, berbagai varian dan memiliki manfaat, beragam ukuran kemasan, bahan baku mudah ditemukan.

Kelemahan (W): Kurang aktif di media sosial, peralatan manual, sedikit varian rasa, desain kemasan kurang menarik, tenaga kerja terbatas, produk mudah basi.

Peluang (O): Pasar terbuka luas, produk dikenal masyarakat, bisa dinikmati semua kalangan, permintaan tinggi, mampu bersaing di pasar, keyakinan konsumen tinggi, dukungan pemerintah.

Ancaman (T): Ketergantungan pada musim, bencana alam, potensi munculnya pesaing, standardisasi mutu, perubahan regulasi, pemadaman listrik, dan perubahan selera konsumen.

Berdasarkan matriks SWOT di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi SO, Strategi dibuat dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang sebesar-besarnya
 - a. Mempertahankan kualitas produk sambil menjaga harga tetap terjangkau.
 - b. Memanfaatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan varian rasa produk.
 - c. Mengoptimalkan sertifikasi halal dan PIRT sebagai nilai tambah promosi.
 - d. Menyediakan beragam ukuran kemasan untuk menjangkau konsumen individu maupun pelaku usaha.
2. Strategi ST, Strategi ini dibuat dengan tujuan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman pada usaha
 - a. Menjaga dan meningkatkan mutu produk sebagai respons terhadap persaingan pasar.
 - b. Menyiapkan pemasok alternatif bahan baku untuk mengurangi risiko keterlambatan pasokan.
 - c. Mengikuti perkembangan regulasi agar kepatuhan legalitas usaha tetap terjaga.
3. Strategi WO, Strategi ini digunakan untuk memanfaatkan peluang demi meminimalisir kekurangan

- a. Memperluas promosi melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook guna meningkatkan jangkauan pasar.
 - b. Menambah tenaga kerja untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat.
 - c. Meluncurkan varian baru melalui inovasi bahan baku (kacang dan cabai) untuk memperluas segmen pasar.
 - d. Mendesain ulang kemasan agar lebih menarik dan relevan dengan tren konsumen.
4. Strategi WT, Strategi ini dibuat untuk meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman yang ada
- a. Menjaga kelangsungan produksi meskipun terjadi pemadaman listrik dengan mengandalkan proses manual.
 - b. Menjaga kualitas, melakukan inovasi berkelanjutan, dan mengoptimalkan promosi agar tetap kompetitif di tengah pasar yang dinamis.

Nilai skor pada evaluasi faktor internal melalui matriks IFAS:

No	Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Skor
1	Harga sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin terjangkau	0.09	4	0.36
2	Sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin tidak menggunakan pengawet	0.06	4	0.24
3	Produk sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin bersertifikat halal dan PIRT	0.09	4	0.35
4	Sudah ada berbagai ukuran kemasan dari besar sampai kecil	0.09	4	0.35
5	Produk yang dihasilkan berkualitas	0.06	3.5	0.21
6	Lokasi produksi yang strategis dan mudah dijangkau	0.09	4	0.36
7	Sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin memiliki varian rasa yang menarik	0.06	3.5	0.21
8	Bahan pembuatan sambal pecel mudah ditemui	0.06	3	0.18
9	Produk sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin memiliki banyak manfaat	0.06	3	0.18
	Jumlah	0.65		2.43
	Kelemahan (Weakness)			
1	Kurangnya promosi pada media sosial	0.06	3	0.18
2	Peralatan masih manual atau sederhana	0.06	2	0.12
3	Masih sedikit varian rasa pada produk sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin	0.06	2	0.12
4	Desain kemasan sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin kurang menarik	0.06	2.5	0.15
5	Kurangnya tenaga kerja dalam produksi	0.06	2	0.12
6	Produk mudah hancur/basi	0.06	2	0.12
	Jumlah	0.35		0.79
Total IFAS				1.64

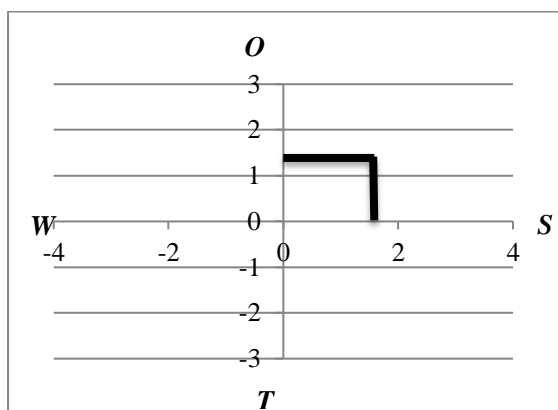
Berdasarkan tabel perhitungan di atas bobot rating dan juga skor matriks IFAS didapatkan jumlah skor total bobot dengan skor kekuatan 2,43 dan skor kelemahan 0,79 sebesar 1,64 yang menjadikan skor kekuatan lebih besar daripada skor kelemahan. Hasil tersebut menandakan bahwa kekuatan mampu bertahan dengan baik dalam menghadapi kelemahan.

Nilai skor pada evaluasi faktor internal melalui matriks EFAS:

No	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Produk dapat dinikmati semua kalangan	0.06	4	0.24
2	Peluang pasar masih terbuka	0.09	4	0.36
3	Produk sudah banyak yang tahu	0.06	3	0.18
4	Mampu bersaing di pasar	0.09	4	0.36
5	Mendapat dukungan dari pemerintah	0.06	4	0.24
6	Keyakinan konsumen terhadap kualitas produk	0.09	4	0.36
7	Permintaan pasar masih tinggi	0.09	3.5	0.32
	Jumlah	0.54		2.40
	Ancaman (<i>Threats</i>)			
1	Terjadinya bencana alam (banjir, tanah longsor, dan bencana alam lain)	0.07	3	0.21
2	Pengaruh musim atau masa tanam terhadap bahan produksi	0.06	2.5	0.15
3	Muncul produk baru yang lebih unggul	0.06	2	0.12
4	Kebijakan pemerintah tentang perpanjangan PIRT	0.06	2	0.12
5	Listrik padam ketika proses produksi sambal pecel	0.09	2.5	0.23
6	Adanya standardisasi mutu	0.06	2	0.12
7	Konsumen mulai bosan dengan varian rasa	0.06	2	0.12
	Jumlah	0.46		1.07
	Total EFAS			1.33

Berdasarkan tabel perhitungan bobot rating dan juga skor matriks EFAS didapatkan jumlah skor total dengan skor peluang 2,40 dan skor ancaman 1,07 sebesar 1,33 yang menjadikan skor peluang lebih besar daripada skor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa strategi usaha efektif dalam memanfaatkan peluang dan meminimumkan ancaman eksternal.

Pemetaan Posisi Usaha



Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui usaha sambal pecel Bu Suyatin berada pada posisi di antara sumbu Opportunity dan Strength yaitu di kuadran 1 dengan titik IFAS 1,64 dan EFAS 1,33. Artinya Bu Suyatin disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (strength) internal usaha untuk mendapatkan banyak keuntungan dari peluang (opportunity) eksternal untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis.

SIMPULAN

Sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin yang diproduksi di Ngadirejo, Blitar sejak 2012 memiliki potensi pengembangan yang kuat berkat kualitas produk yang baik, harga terjangkau, variasi kemasan, sertifikasi, serta lokasi strategis. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang usaha ini lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman, dengan kelemahan utama berupa kurangnya promosi, desain kemasan yang kurang menarik, serta daya tahan produk yang terbatas, sementara peluang didukung oleh permintaan pasar yang tinggi, kepercayaan konsumen, dan dukungan pemerintah. Hasil analisis IFAS dan EFAS menegaskan bahwa usaha ini mampu mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang secara efektif. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah strategi Strength-Opportunity (SO), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal melalui peningkatan kualitas dan stabilitas harga, promosi berbasis kepercayaan konsumen, serta diversifikasi kemasan sesuai kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Aliyah, A. H., 2022. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.

- Candrianto. 2021. Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Malang: Penerbit Literasi Nusantara Malang.
- Damayanti D. S., S. Jannah, Margianto, B. Budiya. 2022. Peningkatan Usaha Sambel Pecel di Kelurahan Kedungkandang Kota Malang. Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2023, 4(1), 86-93
- Diana F. L. 2023. Strategi Peningkatan Usaha UMKM Sambel Pecel “Bu Minten” dalam Menghadapi Persaingan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Ponorogo. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Badan Pusat Statistik Kota Blitar. 2020. Industri Komoditi Andalan per Kecamatan. <https://blitarkota.bps.go.id>. [Maret 2021].
- Budio S. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. Jurnal Menata 2, no. 2 hal-58.
- Fakhri R. A. 2021. Pengaruh Keadilan Organisasi, Pengembangan Karir dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus Pada PT. Pertamina Training and Consulting). Jakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Fatmawati F. 2024. Analisis Usaha Pengemasan Sambal Pecel “Pecels Pride” di Desa Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Jember. Politeknik Negeri Jember
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang. Universitas Diponegoro
- Handayani W. P.P., V. W. T. Prasetyo. 2021. Analisis Manajemen dan Strategi Usaha Sambal Pecel (Studi Kasus Kelompok Usaha Sambal Pecel Dasa Wisma Delima dan Larasati Madiun). Surabaya: Widya Warta, Vol. 2 (2021): No. 02 Tahun XLV/Juli 2021
- Haryani D. 2022. Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai di Desa Sidang Mas Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial, 17(2), 76-88.
- Hartatik, W. Widyani, A. Syafrianto, Harliana. 2021. Peningkatan Pemasaran Usaha Kecil Pecel Blitar Bu Jub Melalui Media Internet. Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika Vol. 1, No. 2 November 2021, Hal. 48-55.
- Husniar F., T. R. Sari, A. M. Safira, E. R. Kamila. 2023. Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya dalam Meningkatkan Daya Saing

- Perusahaan. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (JURIMA) - Vol. 3 No. 2 Agustus 2023.
- Indrasari M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya. Universitas Dr. Soetomo
- Kunhadi D. 2023. Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Sambal Pecel Khas Magetan Dalam Rangka Menciptakan Competitive Advantages. MANEKIN Vol. 1 No. 4 Halaman 268-276.
- Mardiyana. 2022. Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Analisis SWOT pada Home Industri Wen-Dang Jahe di Kabupaten Kukar. Samarinda: eJournal Administrasi Bisnis, Volume 10, Nomor 1, 2022.
- Mayliana G. 2020. Strategi Industri Berdasarkan Analisis Rasio Keuangan (DER, ROE dan EPS), Kurs, Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Return Saham dan Analisis SWOT pada Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi Periode 2013-2018. Bandung. Universitas Telkom
- Nisa F. L., Y. S. Chumayda, Marceto. 2022. Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Sambel Pecel Bundaku Melalui Strategi Branding Product pada Kelurahan Ngagel. Jurnal Pengabdian Masyarakat 2022, Vol.2 No.1. 2022: 97-101
- Prasetyo V. W. T. 2023. Analisis Strategi Usaha Sambal Pecel Lumpang Mas Kota Madiun. Surabaya. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Rahman M. R., M. R. Oktavianto, Paulinus. 2021. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. Pontianak. Universitas Tanjungpura
- Rangkuti, F. (2016). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta : PT.Gramedia.
- Sanaky M. M., L. M. Saleh, H. D. Titaley. 2021. Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. Jurnal Simetrik Vol 11, No. 1, Juni 2021.
- Sistem Informasi Penyajian Data Kependudukan Kota Blitar. 2024. Jumlah Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan dan Jenis Kelamin Kota Blitar. <https://simpedak.blitarkota.go.id>. [2024]
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

- Susilowati, K. A. S. Putri. 2024. Strategi Pembangunan Ekonomi Daerah. Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Volume 2 ; Nomor 1 ; Januari 2024 ; Page 257-261.
- Timpal E. T. V., A. B. Pati, F. Pangemanan. 2021. Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. Jurnal Governance Vol.1, No. 2.
- Trimintarsih T. 2024. Strategi Internal dan Eksternal UMKM Sambal Pecel Madiun dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. Jurnal PETA Vol, 9 No. 2 Juli 2024.
- Wibowo N., , B. E. Setiani, dan A. Hintono . 2018. Karakteristik Hedonik Sambal Pecel Hasil Substitusi Kacang Tanah (*Arachis hypogaea*) dengan Kacang Hijau (*Vigna Radiata L*). Jurnal Teknologi Pangan, 2(1), 46–49.
- Widyaningsih H. 2013. Partisipasi Hotel Menyajikan Makanan Tradisional Untuk Memperkenalkan Kuliner Yogyakarta. Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 4(2), 49-57.
- Wohlin C., K. Felizardo, E. Mendes, M. Kalinowski. 2020. Guidelines for the Search Strategy to Update Systematic Literature Reviews in Software Engineering. In Journal of Information and Software Technology. <https://www.researchgate.net>. [September 2020]
- Yolanda C. 2024. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 3 Edisi Januari 2024 – April 2024.
- Yulistria R., Rosento, E. P. Handayani, I. H. Susilowati, S. Aulia. 2023. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. Jurnal Swabumi Vol.11 No.1 Maret 2023, 13 – 22.
- Yusuf M. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta : Prenadamedia Group.