



Pengembangan UMKM Seruit Sebagai Kuliner Halal di Kota Bandar Lampung Melalui Analisis Swot

Estelee Elora Akbar^{1*}, Maya Meilia², Ahmad Sayuti³, Budi Waluyo⁴, Juhainah⁵

^{1,3-5} Universitas Islam An Nur Lampung, Indonesia

² Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Lampung, Indonesia

*Penulis Korespondensi: esteleeeloraakbar@gmail.com¹

Abstract. This study aims to find and analyze the strategy for the development of Seruit MSMEs as halal culinary in Bandar Lampung City through a SWOT analysis approach. The research method used is qualitative with data collection techniques in the form of observation and in-depth interviews. The validity of the data was tested through triangulation techniques. The results of the study show that Seruit Tampah Mengah Geh MSMEs have great potential to be developed as halal culinary, shown by the main strength in the form of halal certification that they already have. Development opportunities are increasingly wide open with the advancement of information and communication technology, especially social media, which can be used for product promotion widely. In addition, increasing public awareness of the importance of consuming halal-certified food is the main supporting factor. Seruit Tampah products also have the advantage of being a healthy food without preservatives, which adds to the selling value in the midst of healthy lifestyle trends. However, challenges remain, such as market competition and limited production capacity. Therefore, the MSME development strategy needs to be directed at strengthening digital promotion, increasing production capacity, and consumer education. This study recommends cross-sector collaboration to support the sustainability of local halal culinary MSMEs as part of strengthening the regional creative economy.

Keywords: Digital Promotion; Halal Certification; Halal Culinary; MSMEs Seruit; SWOT Analysis

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis strategi pengembangan UMKM Seruit sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung melalui pendekatan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara mendalam. Validitas data diuji melalui teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Seruit Tampah Mengah Geh memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai kuliner halal, ditunjukkan dengan kekuatan utama berupa sertifikasi halal yang telah dimiliki. Peluang pengembangan semakin terbuka lebar dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, yang dapat dimanfaatkan untuk promosi produk secara luas. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi makanan bersertifikat halal menjadi faktor pendukung utama. Produk Seruit Tampah juga memiliki keunggulan sebagai makanan sehat tanpa bahan pengawet, yang menambah nilai jual di tengah tren gaya hidup sehat. Namun, tantangan tetap ada, seperti persaingan pasar dan keterbatasan kapasitas produksi. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM perlu diarahkan pada penguatan promosi digital, peningkatan kapasitas produksi, dan edukasi konsumen. Penelitian ini merekomendasikan kolaborasi lintas sektor untuk mendukung keberlanjutan UMKM kuliner halal lokal sebagai bagian dari penguatan ekonomi kreatif daerah.

Kata kunci: Analisis SWOT; Kuliner Halal; Promosi Digital; Sertifikasi Halal; UMKM Seruit

1. LATAR BELAKANG

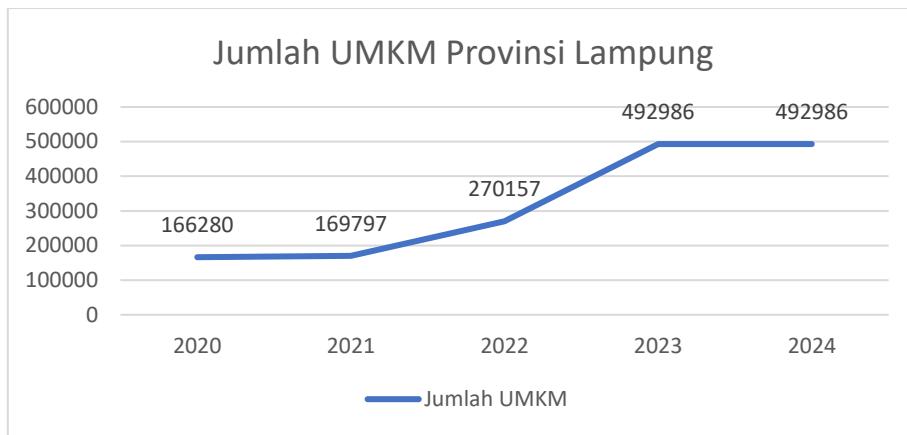
Populasi muslim terbesar di Asia Tenggara bermukim di Indonesia. Banyak produsen barang dan jasa dapat menemukan pasar di Indonesia. Pelanggan Muslim biasanya memiliki sikap positif terhadap produk yang berlabel halal, meskipun tingkat kepatuhan syariah masing-masing konsumen bervariasi berdasarkan tingkat religiusitas mereka (Faizah, 2022). Di Indonesia, pembeli muslim mencari sertifikasi halal asli dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tiap pelaku bisnis diizinkan untuk menggunakan logo halal pada kemasan produk yang

diperjualkan tentunya setelah melalui tahapan proses sertifikasi halal (Priyo Nugroho & Rahman, 2022).

Proses sertifikasi halal di Indonesia memiliki fasilitas tersendiri terutama bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Bagi pelaku UMKM dapat memperoleh sertifikasi halal gratis melalui pendampingan khusus yang telah disediakan oleh pemerintah dalam rangka mendukung produk halal yang ada di Indonesia (Awaliyah & Zakariya, 2025). Pentingnya sertifikasi halal bagi produk makanan karena masyarakat Indonesia didominasi oleh muslim. Oleh sebab itu untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap makanan butuh adanya logo halal. Sesuai dengan petunjuk Allah dalam Al-Qur'an, para produsen dan pencinta makanan Indonesia, khususnya umat Islam, hendaknya benar-benar memantau kehalalan produk mereka, sebagaimana yang diperintahkan dalam surat Al-Baqarah (2) 168 dan Al-Maidah (3) 88, yang isinya mewajibkan umat Islam memakan makanan yang halal dan baik.

Halal dalam Islam meliputi 2 syarat penting yaitu halal barangnya dan halal prosesnya. Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu: (1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi. (2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain. (3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam. (4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam. (5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung *khamar* (Shofira et al., 2025). Ada dua urgensi sertifikasi halal, yaitu: (1) Pada aspek moral sebagai bentuk pertanggung jawaban produsen kepada konsumen. (2) Pada aspek bisnis sebagai sarana pemasaran, meningkatnya kepercayaan dan kepuasan konsumen (Zakaria, 2024).

Salah satu wilayah Indonesia yang memiliki UMKM dengan jumlah banyak adalah Provinsi Lampung. Update terkini menginformasikan bahwa usaha mikro kecil menengah yang ada di Provinsi Lampung selalu mengalami pertumbuhan jumlah dari tahun ke tahun, seperti yang dilansir dalam data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Lampung (<https://opendata.lampungprov.go.id/> 2025) yaitu:



Gambar 1. Jumlah UMKM Propinsi Lampung.

Grafik di atas, menggambarkan bahwa dalam 5 tahun terakhir yaitu sejak tahun 2020 hingga 2024 jumlah UMKM yang berada di Provinsi Lampung terus mengalami peningkatan. Jenis UMKM yang banyak ditemukan di Provinsi Lampung khususnya Kota Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Provinsi Lampung yaitu kuliner. Menurut Rispawati & Utami (2019) Bisnis kuliner, terutama kuliner yang berstatus halal, bagian dari bisnis yang menjanjikan bagi masyarakat yang ingin berwirausaha. Bisnis kuliner dapat dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama masyarakat yang ingin memulai usaha dapat dimulai dari usaha mikro kecil menengah atau yang biasa dikenal dengan sebutan UMKM (Faizah, 2022). Bisnis kuliner merupakan bisnis yang dapat digeluti oleh siapa saja (Hendrawan et al., 2023).

Lampung dengan kekayaan warisan budaya baik dalam bentuk adat istiadat, sastra bahasa, pakaian, hingga jenis makanan. Makanan khas Lampung yaitu seruit menjadi ladang bagi masyarakat untuk membuka usaha. Hal ini dimanfaatkan oleh salah satu UMKM sebagai peluang usaha dengan melestarikan budaya dengan bisnis kuliner makanan yaitu seruit. Menurut Sri Astuti (2025) selaku pemilik usaha UMKM Seruit dengan nama Seruit Tampah Mengan Geh mengatakan bahwa makanan seruit cocok pada lidah siapa saja sehingga berpeluang untuk dijadikan bisnis.

Lampung merupakan wilayah dengan mayoritas penduduk muslim sehingga dengan adanya labelisasi halal dapat meningkatkan *trust* masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk tanpa khawatir akan kehalalannya. Namun demikian, perlu menjadi perhatian para pelaku usaha bahwa dalam berwira usaha tentunya terdapat kompetitor usaha. Oleh sebab itu untuk menindaklanjuti keberlangsungan usaha perlu melakukan analisis SWOT terhadap usaha yang dijalankan agar usaha tersebut dapat terus berkembang, bertahan serta berdaya saing.

2. KAJIAN TEORITIS

UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar fundamental dalam ekosistem kewirausahaan Indonesia yang berperan sebagai penggerak utama ekonomi nasional. Dalam sektor ini, banyak pengusaha yang mampu menyerap tenaga kerja secara signifikan dan menciptakan wirausahawan yang tangguh dan resilien (Fatihah et al., 2025). UMKM memiliki banyak manfaat operasional dan merupakan perusahaan yang adaptif. Tidak ada satupun UMKM yang memiliki struktur hierarki yang menyulitkan penyampaian gagasan atau pendapat karyawan. Berbeda dengan perusahaan besar, karyawan juga bebas bergerak dan mengekspresikan ide-ide mereka tanpa dibatasi oleh kerangka hierarki. Dulu, UMKM cenderung berfokus hanya pada satu produk daripada menciptakan beragam barang dan jasa. Namun, agar dapat bersaing di pasar saat ini, UMKM harus mampu menyediakan produk yang disukai konsumen (Patabang et al., 2021).

Kuliner Halal

Kuliner halal merupakan makanan dan juga minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat Muslim sesuai dengan syariat Islam. Hal ini mencakup jenis bahan makanan, cara memperolehnya, dan metode penyembelihan hewan yang memenuhi standar tertentu yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis (Setiawan et al., 2023).

Sertifikasi halal adalah pengakuan resmi yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam, mulai dari bahan baku hingga proses produksi, yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Alam & Maknun, 2021). Sertifikasi ini penting untuk memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen muslim serta memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang secara sistematis membentuk strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, tetapi juga meminimalkan kelemahan dan ancaman (Kartika et al., 2024). Sementara itu Philip Kotler mengemukakan bahwa Analisis SWOT adalah penilaian terhadap semua kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki individu atau perusahaan atau organisasi. Lain halnya *Pearce and Robinson* berpendapat bahwa analisis SWOT adalah bagian dari proses manajemen strategik perusahaan yang bertujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Varah Iftitah Aulia et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif, metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif menurut Sugiono (2018) adalah penelitian dengan tujuan menelaah fenomena-fenomena sosial secara mendalam yang berfokus pada makna subjektif berdasarkan sudut pandang partisipan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara secara langsung bersama dengan narasumbernya yaitu pemilik UMKM Seruit Tampah Mengan Geh Lampung.

Dalam penelitian ini penulis melakukan teknik analisis data dengan triangulasi data. Menurut Moleong (2019) Teknik triangulasi data adalah metode pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian dengan mengumpulkan dan membandingkan data dari berbagai sumber, metode, atau teori. Tujuannya adalah untuk mengurangi bias peneliti, meningkatkan kredibilitas, validitas, dan reliabilitas temuan dengan mendapatkan gambaran yang lebih utuh tentang fenomena yang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seruit merupakan warisan budaya suku Lampung berbentuk makanan yang kini menjelma menjadi ladang usaha bagi para pengusaha. UMKM Seruit merupakan salah satu kuliner halal yang kini banyak diminati masyarakat Kota Bandar Lampung, salah satu pengusaha UMKM Seruit yang ada di Kota Bandar Lampung yaitu Seruit Tampah Mengan Geh. Bisnis sederhana ini lahir dari pemikiran seorang perempuan yang bernama Sri Astuti. Sri Astuti (2025) menyatakan bahwa seruit adalah makanan yang dapat dikonsumsi oleh siapa saja dengan ciri khasnya yaitu sambel terasi, siapapun bisa mengkonsumsinya karena rasa yang dapat diterima oleh lidah.

Berikut ini adalah analisis SWOT terkait UMKM Seruit Tampah Mengan Geh sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung:

Strengths (Kekuatan)

Strengths (Kekuatan) yang ada pada UMKM Seruit Tampah Mengan Geh sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung:

Sertifikat Halal

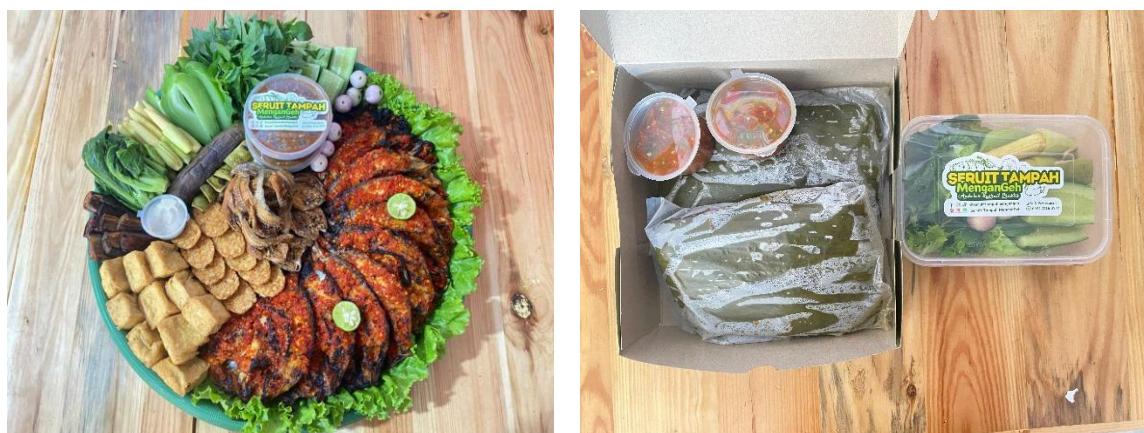
UMKM Seruit Tampah Mengan Geh sudah tersertifikasi halal oleh halal MUI, sehingga masyarakat khususnya muslim tidak perlu khawatir untuk mengkonsumsinya. Berikut ini adalah sertifikat halal dari Seruit Tampah Mengan Geh:



Gambar 2. Sertifikat Halal Seruit Tampah Mengah Geh.

Bahan Baku

Produk Seruit Tampah Mengan Geh terdiri dari ikan nila, ikan patin, ikan nila, ikan bekrek, ayam, lalapan mentah, lalapan rebus, ikan asin, tahu dan tempe, sambal terasi khas masyarakat lampung, tempoyak serta jeruk seruit. Adanya pilihan seperti ikan dan ayam sebagai lauk utamanya serta terasi yang digunakan tidak meninggalkan aroma di tangan menjadi nilai beda dengan usaha kompetitor. Berikut ini adalah foto produk Seruit Tampah Mengan Geh:



Gambar 3. Foto Produk Seruit Tampah Mengah Geh.

Permintaan Pasar

Produk Seruit Tampah Mengan Geh memiliki peminat yang tinggi, karena produk ini merupakan makanan siap saji. Oleh sebab itu, bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk memasak produk ini menjadi jawabannya.

Berdasarkan dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa UMKM Seruit Tampah Mengan Geh memiliki kekuatan yaitu sertifikat halal, bahan baku serta permintaan pasar akan produk yang dimiliki.

Weaknesses (Kelemahan)

Weaknesses (Kelemahan) yang ada pada UMKM Seruit Tampah Mengan Geh sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung yaitu produk yang dihasilkan merupakan makanan *fresh* tanpa bahan pengawet sehingga harus disantap pada hari itu juga, terutama pada sayuran hijau rebusan. Oleh sebab itu UMKM Seruit Tampah Mengan Geh memberikan tawaran untuk konsumen dalam proses pemesanan dapat dilakukan dari jauh hari dan apabila ingin melakukan *reschedule* pemesanan H-1 karena produk diproses 1 jam sebelum jadwal pengambilan atau pengiriman ke konsumen.

Opportunities (Peluang)

Opportunities (Peluang) yang ada pada UMKM Seruit Tampah Mengan Geh sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung:

Kemajuan IPTEK

Kemajuan IPTEK menjadi indikator penting ditengah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini bagi pelaku usaha. Kemajuan tersebut sangat membantu Seruit Tampah Mengan Geh dalam bidang *marketing*. Pemanfaatan sosial media seperti tiktok, instagram dan juga status *whatsapp* untuk melakukan pemasaran produk Seruit Tampah Mengan Geh. Hal tersebut dilakukan dan berdampak positif karena untuk saat ini mayoritas masyarakat telah menggunakan *handphone* berbasis android dan memiliki sosial media seperti tiktok, instagram dan juga status *whatsapp*.

Kesadaran Masyarakat Akan Produk Bersertifikasi Halal

Semakin kesini masyarakat semakin *aware* terhadap pentingnya mengkonsumsi makanan halal. Arus globalisasi yang kini semakin kuat banyaknya jenis makanan dan minuman yang keluar dan masuk secara bebas di Indonesia membuat masyarakat berhati-hati akan apa yang dikonsumsi terutama kaum muslim. Hal ini menjadi peluang bagi UMKM Seruit Tampah Mengan Geh yang telah memiliki status tersertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Kesadaran Masyarakat Akan Makanan Sehat

Banyaknya makanan *junk food* (makanan sampah) yang beredar dan berdampak serius bagi kesehatan membuat masyarakat berpikir dua kali untuk mengkonsumsinya, sekalipun makanan tersebut merupakan makanan kekinian dan sedang hits pada masanya namun bagi masyarakat yang lebih mementingkan kesehatan maka makanan *real food* adalah pilihannya. UMKM Seruit Tampah Mengan Geh menghasilkan makanan *real food* tanpa bahan pengawet oleh sebab itu jika masyarakat ingin mengkonsumsinya perlu waktu 30 menit hingga 1 jam untuk memprosesnya tergantung dari seberapa banyaknya masyarakat memesan.

Threats (Ancaman)

Threats (Ancaman) yang ada pada UMKM Seruit Tampah Mengan Geh sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung:

Kompetitor dengan jenis produk serupa

Makanan seruit merupakan makanan yang dapat dijadikan bisnis dan sedang naik daun di lingkungan masyarakat Kota Bandar Lampung, oleh sebab itu *fear of missing out* (Fomo) terjadi di dunia bisnis kuliner hingga banyak bermunculan UMKM dengan jenis produk yang sama. Hal tersebut menjadi salah satu ancaman bagi UMKM Seruit Tampah Mengan Geh karena sebagai pelopor seruit tampah praktis nomor 1 di Kota Bandar Lampung kini memiliki banyak kompetitor dengan jenis produk yang sama persis.

Harga Bahan Baku

Fluktuasi harga yang terjadi di pasar tidak dapat dikendalikan oleh pelaku usaha. Seperti halnya UMKM Seruit Tampah Mengan Geh tidak dapat memprediksi kapan harga bahan baku produksi yang digunakan akan mengalami kenaikan dan penurunan harga. Oleh sebab itu, harga bahan baku menjadi salah satu ancaman bagi UMKM Seruit Tampah Mengan Geh. Sejatinya berbisnis tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan, jika harga bahan baku yang mengalami fluktuasi maka keuntungan dari usaha juga tidak dapat dipastikan.

Selera Masyarakat

Salah satu diluar kendali UMKM Seruit Tampah Mengan Geh. Selera masyarakat merupakan hak prerogatif masyarakat, oleh sebab itu UMKM Seruit Tampah Mengan Geh harus bisa menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha meminimalisir ancaman keberlangsungan usaha UMKM Seruit Tampah Mengan Geh.

Berdasarkan pada analisis SWOT di atas pengembangan UMKM Seruit sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung tentunya memiliki *struggle* masing-masing. Patabang et al., (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha maka perlu memperhatikan kekuatan internal usaha dan

memanfaatkan peluang yang ada. Damayanti & Rialdy (2024) mengatakan bahwa jika ingin bisnis tetap bertahan maka perlu adanya manajemen yang baik salah satunya adalah kepatuhan terhadap prinsip syariah seperti sertifikasi halal produk.

Qothrunnada & Hassan (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa dalam memperthankan usaha ditengah masyarakat mayoritas muslim maka sertifikasi halal produk menjadi salah satu kuncinya. Pengembangan usaha seruit sebagai kuliner halal yang ada di Kota Bandar Lampung, maka UMKM Seruti Tampah Mengah Geh dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang sudah ada seperti analisis SWOT di atas. Lain dari pada itu, UMKM Seruti Tampah Mengah Geh juga dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman yang sudah terseksi dari analisis SWOT di atas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menemukan bahwa UMKM Seruti Tampah Mengah Geh dapat melakukan pengembangan UMKM seruit sebagai kuliner halal di Kota Bandar Lampung dengan kekuatannya sebagai produk kuliner yang telah bersertifikat halal, selain itu dengan memanfaatkan peluang seperti kemajuan IPTEK dengan melakukan promosi melalui sosial media, memanfaatkan kesadaran masyarakat terhadap makanan bersertifikat halal dengan memberitahu kepada masyarakat luas bahwa Seruit Tampah merupakan kuliner halal yang sudah bersertifikat dan yang terakhir bahwa produk Seruit Tampah Mengah Geh adalah makanan sehat tanpa bahan pengawet.

DAFTAR REFERENSI

- Alam, A., & Maknun, L. (2021). *Impact of Islamic branding on purchasing decisions on facial wash product*. <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304556>
- Awaliyah, M., & Zakariya, N. A. (2025). Peran etika bisnis Islam terhadap pelaku UMKM di era bisnis digital. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 11870–11874. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3766>
- Damayanti, I., & Rialdy, N. (2024). Model manajemen bisnis syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM halal. *Journal of Islamic Economics and Finance (JoIEaF)*, 1(2), 197–202.
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi bisnis kuliner halal melalui digital SERAMBI marketing di era new normal. *Serambi*, 4(1), 85–98.
- Fatihah, H., Amantha, A., Nupus, H., & Alawi, S. (2025). Analisis strategi pengembangan bisnis UMKM “Batako Pak ABC” menggunakan pendekatan analisis SWOT. *Journal of Industrial Engineering and Innovation*, 02(01), 28–38.
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Strategi pengembangan bisnis kedai kopi Makosan dengan menggunakan analisis SWOT dan Business Model

Canvas (BMC). *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 5(1), 32. <https://doi.org/10.30998/joti.v5i1.15623>

Kartika, I., Alifah, N. R., Arifin, N., Agatha, R. B., & Nurul, V. I. (2024). SWOT analysis of sustainable food processing business in Cibarola, Soklat, Subang Regency. *Garba Pembangunan Masyarakat*, 1(3), 47–51.

Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi ke-39). Rosda Karya.

Patabang, A., Sanistasya, P. A., Arsyad, A. W., & Hikmah, M. (2021). Pemasaran kewirausahaan dan inovasi hijau terhadap UMKM keberlanjutan: Pendekatan analisis SWOT dan uji litmus. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs)*, 8(2), 167–186.

Priyo Nugroho, A., & Rahman, A. (2022). Digitalisasi dan keberlangsungan UMKM kuliner halal selama pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1654–1660. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/4470>

Qothrunnada, A., & Hassan, N. F. (2024). Analisis SWOT dalam meningkatkan Islamic business sustainability pada pelaku usaha Kampung Kue Rungkut Lor, Surabaya. *Jurnal Media* ..., 2(12). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/1288/1118>

Rispawati, D., & Utami, V. Y. (2019). Perencanaan skenario dalam pengembangan bisnis kuliner halal di Pulau Lombok – Nusa Tenggara Barat. *JMM Unram – Master of Management Journal*, 8(2), 144–156. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i2.437>

Setiawan, A. E., Noviarita, H., & Hanif, H. (2023). Potensi dan strategi pengembangan kuliner halal dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Bandar Lampung. *Fair Value: Jurnal Ilmiah*, 5(7), 3065–3071. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/3041>

Shofira, N., Sari, J., Rifqi, M., & Rawali, A. (2025). Strategi penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kelayakan UMKM halal di Indonesia. *JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2(5), 8470–8475.

Sugiono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-26). Alfabeta.

Varah Iftitah Aulia, Juliana Kadang, & Harnida Wahyuni Adda. (2023). Analisis SWOT dalam menentukan strategi keberlanjutan usaha Toreko. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(2), 245–257. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1268>

Zakaria, A. (2024). Empowering MSMEs through Sharia economic based business development (community service). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 4(3), 273–285. <https://www.stiepari.org/index.php/wrd/article/download/629/669>