

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing umkm kota jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257-262.
- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98-107.
- Apriliyanti, R., Ayuni, R. D., Sari, A. N. A., Novianti, L. D., & Kuncoro, D. (2023). Sosialisasi Ekonomi Kreatif Berbasis Digital: Strategi Promosi Produk Lokal Bagi Komunitas Kreatif Banjarbaru. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 693-700.
- Arrodhi, M. D. A. A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omzet di MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. *Skripsi--UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Bismala, L. (2015). Analisis strategi pemasaran pada UMKM di Sumatera Utara untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembangunan Perkotaan*, 2(2), 126-134.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Faisol, N. R. (2022). Strategi Pemasaran Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember). *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 142-161.
- Fitriyana, D., Warliati, A. E., & Listiaty, T. (2022). Strategi Pemasaran Produk UMKM Rattan Sintetis Melalui Digital Marketing di Desa Karangmulya Kabupaten Cirebon. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(2), 248-259.

- Herdina, A. M., Kumalasari, R. D., Purnama, P. A., & Octavia, M. (2021). Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Strategi Model Bisnis Ritel. *J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 5(1), 14-30.
- Ifani, D., Febrianti, R. A., & Bastomi, M. (2024). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Zigmari Homeset & Fashion). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 828-836.
- Irmanto, A., & Ridwan, M. (2021). Analisis tentang pentingnya rencana strategis organisasi. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 1(1).
- Kamarinda, N. M. (2021). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Produk Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung).
- Kartono, N. D. (2017). *Analisis SWOT Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada UD. Baston Food Kudus* (Doctoral dissertation, STAIN Kudus).
- Juliansyah, E. (2017). Strategi pengembangan sumber daya perusahaan dalam meningkatkan kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19-37.
- Lastina, D., & Sunarni, T. (2019). Peningkatan produktivitas pemasaran umkm catering mpok atiek dengan pendekatan business model canvas dan analisis swot. *Dinamika Teknik Industri*.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 1(4), 371-386.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593-614.
- Nugraha, R., & Achmad, V. (2023). Strategi pengiklanan dan pelayanan pariwisata di Indonesia pasca pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 510-516.

- Nugraha, R., & Hidayat, A. (2022). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *ACITYA: Jurnal Vokasi Bisnis Digital, Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah dan Usaha Perjalanan Wisata*, 1(1), 1-15.
- Oktaviani, R. (2023). *Strategi Pengembangan UMKM Drinkgo Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital (Studi Kasus Rumah BUMN Kota Cirebon)* (Doctoral dissertation, S1-Ekonomi Syariah).
- Prastika, M., & Sadjiarto, A. (2018). Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Menengah Di Industri Kreatif Sarang Lebah Salatiga. *Ecodynamika*, 1(3).
- Qusaeri, M. A. A., Khasbulloh, M. W., & Wiliyanto, W. (2023). Pelatihan Handycraft Buket Bunga Untuk Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Bhamada Slawi. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 110-115.
- Rachmat, H., & Darmansyah, A. (2023). Digitalisasi bisnis industri batik trusmi kabupaten cirebon. *Sebatik*, 27(1), 120-126.
- Riofita, H., Rifky, M. G., Salamah, L. R., Asrita, R., & Nurzanah, S. (2024). Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 21-26.
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada Umkm Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 201-210.
- Rifai, Z., & Witriantino, D. A. (2022). Analisis Digital Marketing Website Hompimpaa. id Menggunakan Metode Analisis SWOT, Value Proposition Canvas, dan Competitive Five Force. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 8(1), 75-82.
- Sa'diyah, H., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Kerajinan Kopyah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 107-122.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100-110.

- Sari, A., Farida, I., & Maulidah, H. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Anugerah Collection Brebes* (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).
- Sutiarkoro, A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Katalog Rainbow Creative Semarang Dengan Menggunakan Metode Swot. *Industrial Engineering Online Journal*, 7(2).
- Tri Budiman, Analisis SWOT Pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, tahun 2019. hlm. 13
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.
- Winarto, A. J. (2021). Analisis Swot sebagai Strategi dalam Membantu Perekonomian UMKM Jasa Konveksi@ ancreative. id Di Era Pandemi. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 74-88.
- Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya perilaku organisasi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71-77.
- Wilujeng, M. R. (2022). *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UMKM Muzada Madu Desa Puhsarang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri)