

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V., Mustafa, S., Lastri, N., Hartutik, D., & Musdiana, A. D. (2024). Literature Review: Strategi Pengembangan UMKM. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9456–9462. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14274>
- Adiwijaya, S., Harefa, A. T., Isnaini, S., Raehana, S., Mardikawati, B., Laksono, R. D., Saktissyahputra, Purnamasari, R., Ningrum, W. S., Mayasari, Sari, N., & Muslim, F. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Agit, A., Muharram, S., Latifah, M., Achruh, A. A. A., & Oktavianty. (2025). Batik di Era Digital: Strategi Branding Untuk Menembus Komunitas Global Melalui Optimalisasi Teknologi Informasi. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*.
- Akhmad, A., Khalid, I., & Asdar, A. (2023). Strategy for Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Gowa Regency, Indonesia. *European Journal of Development Studies*, 3(5), 7–15. <https://doi.org/10.24018/ejdevelop.2023.3.5.284>
- Alamsyah, A. (2018). Kerajinan Batik dan Pewarnaan Alami. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 1(2), 136. <https://doi.org/10.14710/endogami.1.2.136-148>
- Amiliana, D., & Chamid, A. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran dan Penetapan Harga Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Saat Pandemi Covid-19. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(4).
- Anam, K., & Qadariyah, L. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Batik Bangkalan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.802>

- Andansari, D., Kamarudin, K. H., & Shyafary, D. (2024). Soft Innovation Strategy of Batik MSMEs in Indonesia. *Proceedings of the 4th Borobudur International Symposium on Humanities and Social Science 2022*, 1509–1513. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-118-0_170
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- Anoraga, P., Hamdani, M., & Yuliana, R. (2024). *Transformasi Digital dalam Pemasaran Batik*. KBM Indonesia.
- Arifin, Z. (2024). Inovasi Produk Berbasis Kebutuhan Konsumen: Studi pada Industri Kreatif Wastra Nusantara. *Jurnal Manajemen Pemasaran Tradisional*, 13(1), 22-35.
- Artha, B., & Putri, A. (2024). Impact of Market and Entrepreneurial Orientation on Batik MSMEs' Performance in Yogyakarta. *Journal of Business and Management Review*, 5(11), 1004–1029. <https://doi.org/10.47153/jbmr.v5i11.1191>
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Bahrudin, B., & Rahman, M. A. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kabupaten Probolinggo. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(2), 206–226. <https://doi.org/10.55210/iqtishodiyah.v10i2.1688>
- Darmawan, D., & Mulyanto, F. D. (2026). Strategi UMKM Mempertahankan Pelanggan: Keberagaman Produk, Transparansi, dan Kemudahan Integrasi Media Sosial. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 594–615. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v5i1.5919>
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.
- Diyah, N., Ratuannisa, T., Ekawati, E., Yulia, E., Purwasasmita, B. S., & Nugraha, A. B. (2023). Studi Pengolahan Air Limbah Batik pada Skala Industri Rumah

Tangga dan Usaha Kecil Menengah di Cirebon, Indonesia. *Dampak*, 20(1), 8–15. <https://doi.org/10.25077/dampak.20.1.8-15.2023>

Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Jurnal IKRATH-ABDIMAS*, 6(2).

Evita, Y. N., Trihartono, A., & Prabhawati, A. (2022). Pengakuan UNESCO Atas Batik Sebagai Warisan Budaya Tak Benda (WBTB). *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 21(2). <https://doi.org/10.37849/midi.v21i2.260>

Fadhilah, N. (2024). Pergeseran Preferensi Konsumen Muda terhadap Produk Fashion Berbasis Wastra Nusantara. *Jurnal Industri Kreatif dan Gaya Hidup*, 11(2), 78-91.

Fahmi, I. (2016). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.

Faisal, A., & Hawari, A. D. (2025). Pengaruh Sistem Pemasaran dan Penggunaan E-Commerce terhadap Penjualan Produk Batik Tulis dan Cap di Batik Pusaka Banten. *DESANTA: Indonesian of Interdisciplinary Journal*, 5(2).

Fatmawati, A., & Nurhayati, E. (2023). Strategi Diferensiasi Berbasis Kearifan Lokal dan Nilai Ekologis pada Industri Batik Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 14(2), 156-170.

Fauhan, Y. A., Prahastuti, E., Kusumawardani, H., & Nafiah, A. (2024). Prototipe Desain Motif Batik Cap Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang. *Seminar Nasional Pendidikan Teknik Tata Boga Dan Busana*, 19(1).

Febrian, S., Ilagi, P. K., Putri, M. A., & Radiputra, A. (2025). Ketimpangan Daya Saing Antara Pelaku Usaha Besar dan UMKM dalam Pasar Monopoli di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2).

Fitriani, N., dkk. (2022). Akselerasi Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal di Pasar Global. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(3), 245-258.

- Fitriyah, I. R., Hariadi, S., Wibowo, J. M., & Setyaningrum, I. (2024). Analisis Profil, Kendala, Dan Strategi Pengembangan UMKM: Studi Kasus UMKM Di Kabupaten Sampang Madura. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.8313>
- Fransiska, S. K. T., & Muhammad, M. (2025). Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Era Media Sosial (Studi Kasus PT Indiga Nusa Digitama). *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 1(3).
- Fuadi, F., Falaheuddin, F., Juanda, R., & Ramadhan, R. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Go Halal Berbasis Digital. *Jurnal Pengabdian Kreativitas (JPek)*, 1(2). <https://doi.org/10.29103/jpek.v1i2.9387>
- Gamage, S. K. N., Ekanayake, E., Abeyrathne, G., Prasanna, R., Jayasundara, J., & Rajapakshe, P. (2020). A Review of Global Challenges and Survival Strategies of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Economies*, 8(4), 79. <https://doi.org/10.3390/economies8040079>
- Ginting, M. A. B., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Perwira Kopi Karawang. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(4).
- Gischa, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Pewarna Alami Batik*. Kompas.Com.
- Gunadi, R. (2023). *Strategi Pengembangan UMKM*. Deepublish.
- Halim, A., Supriadi, Margery, E., & Lusia. (2025). *Pemasaran Internasional*. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Handayani, S., & Nurrizqi, A. (2023). Strategi Diferensiasi Produk Berbasis Kearifan Lokal pada Industri Kreatif Batik Tulis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45-58.
- Handoko, T., & Pratama, R. (2023). Tingkat Kematangan Digital UMKM dan Dampaknya terhadap Efektivitas Pemasaran Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 120-135.

- Hariani, D., & Sutrisno, S. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1492>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, ni N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaha, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Media Sains Indonesia.
- Hidayat, M. R., dkk. (2022). Optimalisasi Copywriting dan Konten Visual dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Platform E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 150-165.
- Hidayat, M. R., dkk. (2024). Transformasi Industri Kreatif Wastra: Menyeimbangkan Nilai Tradisi dan Tuntutan Pasar Modern. *Jurnal Riset Manajemen Strategis*, 16(1), 42-55.
- Hidayat, M., & Kurniawan, A. (2023). Transformasi Digital dan Strategi Ekspansi Pasar UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan Era Revolusi Industri 4.0. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 18(2), 115-128.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1).
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Irawati, S. A. (2023). *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Media Nusa Creative.

- Iriaji, Ratnawati, I., Prasetyo, A. R., Marcelliantika, A., Surya, E. P., & Aruna, A. (2025). *Inovasi Batik Berkelanjutan: Reusable Material Sebagai Pilar Rintisan Ekosistem Wirausaha Batik Lokal*. Kreatifa Publishing House.
- Isniati, & Fajriansyah, M. R. (2019). *Manajemen Strategik: Intisari Konsep dan Teori*. Andi.
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Karyono, T. H., Dhewa, O. G., Nasuha, A., Komarudin, K., Sutopo, S., Pustikaningsih, A., & Hidayatulloh, I. (2025). Penguatan Produksi Batik Tulis bagi Pengrajin Lokal melalui Pelatihan Inovasi Teknologi ASP2 Bersama PT. PMCT di Sanggar Batik Astoetik, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 381–392. <https://doi.org/10.54082/jippm.959>
- Khairunnisa, Pranawukir, I., Arifin, Moh. S., Launtu, A., & Setianti, Y. (2025). Analisis Daya Tarik Iklan Shopee Flash Sale 10:10 Special Super Brand Day. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 742–749. <https://doi.org/10.35870/jimik.v6i1.1311>
- Kusuma, A., & Wardani, R. (2023). Diversifikasi Produk dan Strategi Komodifikasi Batik sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 19(2), 145-160.
- Lestari, P. (2024). Peran Pameran Tematik dalam Meningkatkan Eksposur dan Loyalitas Konsumen Produk Kriya Tradisional. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 72-85.
- Lestari, P., & Nugroho, A. (2022). Strategi Pemasaran Hibrida pada UMKM Sektor Kriya: Integrasi Saluran Konvensional dan Digital. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(3), 245-259.

- Lestari, S. I., & Hendra, R. (2024). Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3).
- Liani, R., & Jumaidi, L. T. (2023). Determination Of Micro, Small And Medium Enterprises (MSMES) Development Strategy Based on SWOT Analysis in Strategy Management. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(4), 1377–1394.
<https://doi.org/https://doi.org/10.63922/ajmesc.v3i04.597>
- Lin, J. Y., Yang, Z., Li, Y., & Zhang, Y. (2022). Development strategy and the MSMEs finance gap Development strategy and the MSMEs finance gap. *Journal of Government and Economics*, 5.
<https://doi.org/10.1016/j.jge.2022.100034>
- Lisa, M. G. K., & Pabulo, A. M. A. (2024). Strategi Pemasaran Pembuatan Konten Untuk Pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 3037–3041.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3455>
- Lubis, F. A. (2021). *Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah*. UMSU Press.
- Lubis, U. S., Wulandari, N., Wahyudi, I., Widiyanto, A., Wibowo, E. A., Hakim, L., Apriyansyah, B., Hardiati, N., Swastika, A. Y., & Meyzia, B. (2025). Digital marketing strategies in expanding the market for MSME creative products in Indonesia—state of art. *Frontiers in Communication*, 10.
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1647391>
- Machdalena, S., Dienaputra, R. D., Suryadimulya, A. S., Nugraha, A., Kartika, N., & Yuliawati, S. (2023). Motif Batik Ciwaringin Sebagai Identitas Budaya Lokal Cirebon. *Jurnal Panggung*.
- Mahulae, D. Y. D. (2022). *Pengantar Management*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Mandegani, G. B., Setiawan, J., Haerudin, A., & Atika, V. (2025). Persepsi Kualitas Batik Tulis. *Dinamika Kerajinan Dan Batik Majalah Ilmiah*.

- Massora, J. L., Batara, M., & Pundissing, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Tana Toraja. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10784–10799. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.9032>
- Maula, N. (2024). Challenges and The Future of Natural Batik Ciwaringin Industry, Cirebon: Case Study Analysis Using IFAS and EFAS Techniques. *Creative Research Journal*, 10(01), 53–74. <https://doi.org/10.34147/crj.v10i1.333>
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2022a). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edisi Kedua)*. Bumi Aksara.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2022b). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edisi Kedua)*. Bumi Aksara.
- Muazza, Markim, M., Siti Syuhada, & Fachruddiansyah Muslim. (2025). Enhancing Sustainability of Batik MSMES Through Product Innovation and E-Commerce: A Case Study of Seberang Jambi Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 9(1), 72–92. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v9i1.9902>
- Mulyati, E., Murwadi, T., & Bernike, G. (2025). Strategy development for MSMEs in the Indonesian marketplaces through loans with performance guarantees. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2548860>
- Nasarudin, Mahaly, S., Munjiah, M., Akbar, W. K., Adurrahman, Wijaya, W., Mappanyompa, Arianto, T., & Arman, Z. (2024). *Studi Kasus dan Multi Situs dalam Pendekatan Kualitatif*. CV. Gita Lentera.
- Novia, N. H., Palestho, A. B., Noviany, H., Rahayu, I., Fithriani, M., Kartikasari, S., Sahar, F., Dwiyono, G., Sukmadi, Supriatna, E., Pramiarsih, E. E., Putri, D. Y., Kanaidi, Nurrohman, D., & Amran, K. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1–122.

- Prabowo, B., Andarini, S., Samsudin, A., & Mulia, F. (2024). *Teori Organisasi dan Administrasi*. Mega Press Nusantara.
- Pradana, A. S., & Wijaya, K. (2022). Komodifikasi Budaya dalam Industri Batik: Studi tentang Adaptasi Teknik Produksi terhadap Permintaan Pasar. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(2), 285-298.
- Prasetya, B., & Wijaya, K. (2023). Kekuatan Word of Mouth dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Produk Kerajinan Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran Kreatif*, 11(2), 112-125.
- Prasetyo, B., & Utami, S. R. (2023). Analisis Faktor Penghambat Perluasan Pangsa Pasar pada Industri Batik Tradisional di Indonesia. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 18(1), 89-102.
- Pratama, R., dkk. (2022). Kendala Pemasaran Digital dan Strategi Branding pada Industri Kreatif Batik di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 15(3), 210-222.
- Purnomo, A., & Wardani, K. (2024). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Produk Eco-Friendly: Studi Kasus Industri Batik Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 16(2), 112-125.
- Purwaningrum, S. N. (2024). *SWOT Balance Scorecard: Sistem dan Strategi Penerapannya Pada Fasilitas Kesehatan*. Deepublish.
- Purwanto, H. (2024). *Budaya Halal Indonesia*. PT. Nasya Expanding Management.
- Putri, N. A., Yusida, E., & Nuha, R. H. U. (2022). MSME Development Strategy through Branding Training and Business Digitization by DPPKB in Malang Regency. *Journal of Interdisciplinary Socio-Economic and Community Study*, 2(1). <https://doi.org/10.21776/jiscos.02.01.05>
- Puwasari, A., & Sulistyowati. (2024). Word Of Mouth Sebagai Alat Pemasaran Efektif: Tinjauan Literature Empiris. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4).

- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2).
<https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Rahmadani, S. (2024). Optimalisasi Media Sosial dan Marketplace sebagai Sarana Perluasan Pangsa Pasar Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran Digital*, 13(1), 67-81.
- Rahmawati, F., dkk. (2022). Sinergi Promosi Online dan Offline dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Sektor Industri Kreatif. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(2), 312-326.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Regina, T., Sugiyono, S., & Hendriyani, M. (2025). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM SEKTOR KULINER. *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 14(1), 7–17.
<https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol14no1.660>
- Rizkita, M. A., Winarno, A., Suwono, H., & Malek, N. A. N. N. (2025). Integrating cultural adaptation in digital marketing strategies: Enhancing competitiveness and sustainability in MSMEs of Java, Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(3), 100609.
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100609>
- Rosyada, M. (2023). *Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan*. Penerbit NEM.
- Salam, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Azka Pustaka.
- Saputra, A. (2024). Transformasi Digital UMKM: Tantangan Adaptasi Perilaku Konsumen dan Kesiapan Infrastruktur SDM. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran Digital*, 13(1), 45-58.

- Saputra, H., & Wijaya, M. (2023). Strategi Adaptasi Desain Motif Batik Tradisional dalam Menghadapi Dinamika Tren Pasar Global. *Jurnal Desain dan Budaya Visual*, 14(1), 32-46.
- Saraswati, D. A., dkk. (2022). Strategi Digital Storytelling sebagai Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Wastra Nusantara di Media Sosial. *Jurnal Riset Pemasaran Kreatif*, 15(3), 210-225.
- Sari, D. P., dkk. (2022). Strategi Revitalisasi Batik Tradisional melalui Adaptasi Warna dan Motif Modern bagi Generasi Milenial. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(2), 310-325.
- Sari, D. P., Mulyadi, O., & Karlinda, A. E. (2023). *Implementasi Transaksi Penjualan menjadi Laporan Keuangan*. CV. Gita Lentera.
- Sari, S. R., Arifan, F., Triyono, T., & Niswah, U. (2020). Value Chain Analysis on Handmade Batik Products. *JEJAK*, 13(1).
<https://doi.org/10.15294/jejak.v13i1.21771>
- Satpathy, A. S., Sahoo, S. K., Mohanty, A., & Mohanty, P. P. (2025). Strategies for enhancements of MSME resilience and sustainability in the post-COVID-19 era. *Social Sciences & Humanities Open*, 11(November 2024), 101223.
<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101223>
- Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Setiawan, A., & Sudartono, T. (2024). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Peningkatan Penjualan Produk Tas Merek BlewUp di E-Commerce. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 3242–3248.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4413>
- Setyawan, R. (2024). Hambatan Adopsi Pemasaran Digital pada Industri Batik: Analisis Kompetensi SDM dan Pengelolaan Konten. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 19(1), 45-58.
- Setyawati, A., & Rahma, A. (2022). *Manajemen Pemasaran di Era Bisnis yang Serba Cepat*. Media Nusa Creative.

- Setyorini, D., dkk. (2022). Efektivitas Penggunaan Iklan Berbayar di Media Sosial bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(1), 142-156.
- Setyowati, R., et al. (2022). Pengembangan Batik Pewarna Alam sebagai Produk Unggulan Daerah yang Berkelanjutan. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(1), 89-101.
- Sianturi, P., & Purnama, S. (2025). Pengaruh Word of Mouth, Promosi dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Pada Aplikasi Shopee. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*.
- Simarmata, N. I. P., Hasibuan, A., Rofiki, I., Purba, S., Tasnim, Sitorus, E., & Sutrisno, H. P. S. E. (2021). *Metode Penelitian Untuk Perguruan Tinggi*. Yayasan Kita Menulis.
- Siregar, H. M., Rohima, R., Fahani, T. A., Zaenab, Z., & Hayati, F. (2025). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Laundry Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 919–924. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1.800>
- Solihin, D., & Maddinsyah, A. (2025). Respon Konsumen terhadap Customer Review dan Harga: Bukti Dari Perilaku Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah M Progress*, 15(2).
- Sugiyardi, A. (2023). Strategi Pengembangan Produktivitas Industri Batik untuk Meningkatkan Perekonomian Lokal Pengrajin Batik di Kabupaten Pamekasan. *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 4(2). <https://doi.org/10.28944/assyarikah.v4i2.1398>
- Suryana, A. (2019). *Pengembangan Kewirausahaan Untuk Pemberdayaan UKM Daerah*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Suyanto, A., Susilowati, Riyanto, S., & Purnawan, L. (2025). Pengaruh Marketplace dan Sosial Media terhadap Penjualan Produk UMKM di Kota Cimahi. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3).

- Trianti, K., Kurniati, R. R., Widayawati, E., & Aini, Y. N. (2024). Development Strategy of Msmes With The Pentahelix Model (A Study on MSMEs in the Malang City). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(2), 805–817. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i2.2711>
- Umar, M. S., Juleha, S., Marsela, P. M., Rosida, R., Aprillia Hadi, A. T., Ningsih, R. S., Ahmad Zikri, R., Farabi, F. Al, Rian, M., & Nuraida, S. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pemasaran Desa Patai Kecamatan Cempaga Kota Waringin Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 428–434. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2001>
- Utama, S., Yusfiarto, R., Pertiwi, R. R., & Khoirunnisa, A. N. (2024). Intentional model of MSMEs growth: a tripod-based view and evidence from Indonesia. *Journal of Asia Business Studies*, 18(1). <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2022-0291>
- Utami, S. R., & Nugroho, A. (2022). Revitalisasi Produk UMKM melalui Diversifikasi Desain dan Inovasi Produk. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(3), 201-215.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability* (15th ed.). Pearson.
- Wibawa, D. P., Khairiyansyah, K., Nurwasya, N., & Atlantica, R. (2024). Fostering Economic Resilience in Pangkalpinang: A Qualitative Investigation into MSME Development Strategies. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 11(2), 11–23. <https://doi.org/10.33019/equity.v11i2.174>
- Wicaksono, B. (2024). Transformasi Strategi Digital UMKM Tradisional dalam Menghadapi Persaingan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran Kreatif*, 13(1), 45-60.
- Widianingsih, S., & Pratama, R. (2023). Analisis Kesenjangan Talenta Digital pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Sektor Kerajinan. *Media Trend: Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 18(2), 112-125.

- Wijaya, K., & Kusuma, A. (2023). Pengaruh Social Word of Mouth dan Visual Branding Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Wastra. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran Kreatif*, 11(3), 155-169.
- Wijaya, R. A., Tisnasasmita, B. J., & Daniel, J. R. (2026). Peran Batik sebagai Aset Budaya dalam Menciptakan Entrepreneurial Opportunity dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Studi pada UKM Batik Selotigo. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4).
- Wulandari, A., & Santoso, B. (2023). Faktor-faktor Penghambat Inovasi Desain pada Pengrajin Batik Tradisional. *Jurnal Pengembangan Industri Lokal*, 18(2), 142-156.
- Yudhaputri, E. A., & Daihani, D. U. (2020). *Strategy Development of MSMEs In Order to Face of Industrial Revolution 4.0*. <https://doi.org/10.5220/0008430002540262>
- Zakariah, A., Afriani, V., & Zakariah. (2020). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif, Action Research, research and Development (R and D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warrahmah.

UINSSC