



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**STRATEGI CV. SUTEJO MOTOR DALAM MENGHADAPI PASAR
BERBASIS DIGITAL**

Oleh:

Leo Indra Leksmana	(2112010045)
Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M.	(0711098703)
Dyah Ayu Paramitha, M.Ak	(0728068702)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Strategi CV. Sutejo Motor Dalam Menghadapi Pasar Berbasis Digital
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Leo Indra Leksmana
 - b. NPM : 2112010045
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Dsn. Balongasem, Ds. Jintel, Rejoso, Nganjuk
 - e. Telp./HP : 081333486314
 - f. Email : leoindraleksmana9614@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 3 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 25 Juni 2025
Ketua



Leo Indra Leksmana
NPM. 2112010045

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

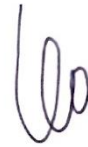
Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dengan baik. Laporan penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dengan tersusunnya laporan ini, maka penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan baik kontribusi maupun dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan penelitian ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Kedua orang tua** penulis yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.
2. **Bapak Dr. Zainal Afandi** selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. **Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. **Ibu Restin Meilina, M.M** selaku Ketua Program Studi Prodi Manajemen.
5. **Ibu Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M.** selaku dosen pembimbing 1.
6. **Ibu Dyah Ayu Paramitha M.Ak.** selaku dosen pembimbing 2.
7. **Pimpinan CV. Sutejo Motor** yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
8. **Seluruh teman-teman** yang telah memberi dukungan dan aspirasi untuk penulis agar dapat menyelesaikan penelitian.

Laporan penelitian ini tentunya tidak luput dari kesalahan dan kekurangan dari penulis, maka dari itu penulis pribadi selalu berusaha untuk menuntut diri agar dapat untuk melakukan lebih baik ke depannya dan menyadari bahwa banyak hal yang disampaikan penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk dapat menyempurnakan laporan ini sehingga dapat menjadi bahan referensi dan

kajian di kemudian hari. Akhirnya, disertai harapan semoga laporan penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas. Akhir kata, kami berharap semoga penulisan laporan ini dapat bermanfaat bagi kami maupun rekan-rekan, sehingga dapat menambah pengetahuan kita Bersama.

Kediri, 25 Juni 2025

A handwritten signature in dark ink, consisting of a stylized 'L' followed by several loops and a final flourish.

Leo Indra Leksmana

RINGKASAN

Leo Indra Leksmna : Strategi CV. Sutejo Motor Dalam Menghadapi Pasar Berbasis Digital, Laporan Penelitian, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2025.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Digital, Industri Otomotif, Layanan Pelanggan

Latar belakang penelitian ini adalah fakta yang terjadi dilapangan adalah berkembangnya e-commerce, mudahnya pembelian online, dan tidak semua UMKM konvensional mampu untuk beradaptasi menghadapi pasar digital. Namun, hal itu tidak terjadi di CV Sutejo Motor. Saat observasi awal ditemukan bahwa CV. Sutejo Motor masih memiliki pelanggan yang cukup banyak. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis bagaimana strategi CV. Sutejo Motor dalam menghadapi pasar berbasis digital.

Metode studi ini adalah studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan uji keabsahan dengan triangulasi, reduksi data, pengumpulan data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk membantu membuat kebijakan tentang strategi bisnis. Kesimpulan penelitian ini pelaku bisnis lebih mudah masuk ke pasar dan bersaing dengan cepat menggunakan platform digital. Adapun beberapa tema temuan antara lain fokus pada layanan konsultasi untuk menangani keluhan pelanggan, memberikan solusi tepat, menjamin keaslian barang, menawarkan fasilitas kredit, meningkatkan pelatihan untuk staf, kerjasama dengan platform digital, memperluas jangkauan pasar dan mengembangkan sistem delivery dengan konsumen langganan. Keterbatasan Penelitian ini adalah waktu penelitian yang singkat. Luaran penelitian ini berupa artikel yang di publikasikan pada prosiding KIC dengan link :

<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/5891>.

DAFTAR ISI

LAPORAN PENELITIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Manajemen Strategi.....	Error! Bookmark not defined.
B. Pemasaran Digital	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
C. Sasaran Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Prosedur Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	5

LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
----------------	-------------------------------------

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Proses Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Triangulasi Metode.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Alur Penelitian	10
Gambar 4. 1 Logo CV. Sutejo Motor	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Layanan Konsultasi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 4 Paket Bundling.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 5 Faktur Keaslian Produk	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 6 Poster Layanan Kemitraan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 7 Cabang Sutejo Motor.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2: Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian Dari Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3: Informant Consent	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4: Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5: Transkripsi Wawancara	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 : Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7: Artikel Yang Dipublikasikan	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digitalisasi telah mengubah cara bisnis beroperasi, dengan adanya *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi digital, pasar kini lebih dinamis dan kompetitif (Subagyo et al., 2023). Pebisnis yang sukses lewat *e-commerce* dengan mumpuni dalam menggeluti *e-commerce* (Solihat & Sandika, 2022). *E-commerce* adalah sarana pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik yang canggih seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet (Noverdiansyah et al., 2022). Pembelanjaan masyarakat beralih ke internet dengan belanja online (Pratama & Irwansyah, 2021). Transaksi bisnis online memungkinkan pebisnis menjangkau pasar lebih luas dengan efisiensi dan efektivitas yang lebih tinggi (Fani & Safira, 2024). Digitalisasi penting bagi bisnis di era modern saat ini (Wiranata et al., 2024).

Strategi adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang tren ekonomi terkini melihatnya dan memanfaatkan kesempatan di pasar yang menjanjikan (Wulandari et al., 2024). Strategi dan inovasi diperlukan untuk menghadapi perubahan ekonomi yang dipicu oleh teknologi seperti kecerdasan buatan (Kurniawan et al., 2022). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk beroperasi dengan lebih baik perusahaan perlu beradaptasi dengan pemasaran digital, globalisasi, dan perubahan perilaku konsumen di tengah dinamika ini, penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi adaptasi yang efektif guna menjaga keberlangsungan dan meningkatkan daya saing mereka (Hakimah et al., n.d.). Persaingan dengan keunggulan adaptif dan strategi bertahan melawan modernisasi menggunakan metode tradisional (Arsyady & Soleha, 2024).

Adaptasi digunakan untuk melakukan transaksi dengan lebih efisien (Cholistiana, 2024). Penggunaan teknologi digital meningkatkan pengalaman transaksi dan loyalitas pelanggan (Yuniarti, 2023). UMKM menghadapi tantangan akses keuangan, keterampilan manajemen, sumber daya manusia juga diperlukan dan adaptasi digital penting untuk UMKM agar tidak tertinggal dari

kompetitor yang sudah menggunakan teknologi digital (Azis et al., n.d.). Tanpa adanya perubahan yang selaras dengan perkembangan teknologi, UMKM bisa tertinggal dari kompetitor yang sudah lebih dahulu menguasai pasar tanpa strategi yang tepat, bisnis tradisional berpotensi mengalami stagnasi (Fauji et al., 2022). Diperlukan strategi yang holistik dan terencana agar mampu berinovasi, mempertahankan pelanggan, dan bersaing di era pasar digital (W & Ie, 2023).

UMKM harus berani melakukan inovasi agar bisa menghadapi dan teknologi baru dengan adaptasinya (Pratama et al., 2024). Mengadopsi aplikasi dan sistem digital dalam operasional UMKM, meskipun banyak pelaku UMKM yang masih nyaman dengan pola konvensional (Respatiningsih, 2020). Digitalisasi membantu UMKM meningkatkan efisiensi dengan pengelolaan data dan transaksi yang lebih *smooth* (Amilia et al., 2024). Pemasaran digital dianggap menguntungkan bagi bisnis, namun UMKM harus bersaing tidak hanya dengan distributor, tetapi juga produsen secara langsung (Taher, 2024). Kemampuan adaptasi menjadi kunci bagi UMKM untuk tetap kompetitif, terutama melalui transformasi model bisnis, penggunaan media digital, dan kolaborasi dengan ekosistem teknologi yang mendukung (Chairina et al., 2022).

Dalam era ekonomi yang terus berkembang pesat dan berubah dengan cepat, perubahan merupakan satu-satunya hal konstan yang dapat diandalkan perubahan ekonomi mengubah bisnis, perusahaan harus beradaptasi untuk relevan (Falah & Syafri, 2023). Tantangan lain yang dihadapi mencakup Meningkatkan inovasi, produktivitas, legalitas, branding, pemasaran, pelatihan, fasilitas (Putri et al., n.d.). Pembeli bisa belajar, beli online, pemasaran digital lebih tahan masa depan (Dissurul et al., 2024). Kemampuan UMKM dalam beradaptasi di era digital pada saat ini bergantung pada faktor seperti modal, pengetahuan teknologi, dan dukungan serta dengan kebijakan pemerintah (Rosid et al., 2023).

Tantangan yang sekarang dihadapi UMKM dalam melakukan adaptasi digital cukup beragam, mulai dari keterbatasan anggaran hingga kurangnya akses teknologi dan pendidikan digital. Strategi bisnis di era digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan sudah menjadi keharusan yang mendesak bagi

perusahaan dengan mengadopsi pendekatan yang komprehensif yang mencakup *management resources* (Purnomo et al., 2023). Struktur organisasi, inovasi, keamanan data, dan pembelajaran terus-menerus, perusahaan dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang semakin kompetitif perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen mempengaruhi lingkungan bisnis, strategi adaptasi responsif penting untuk mengatasi perubahan (Anisa Rokhimah et al., 2024).

Dalam menghadapi era digital, UMKM perlu menggunakan pendekatan yang holistik dan terintegrasi (Andaresa et al., 2023). Perusahaan perlu melakukan penyesuaian strategis dengan mempertimbangkan tren pasar, kebutuhan konsumen, dan teknologi yang tepat untuk menciptakan budaya inovasi (Masrida et al., n.d.). UMKM dapat menghadapi tantangan di pasar digital dengan memanfaatkan media sosial dan sistem pembayaran digital (Dyah et al., 2020). Berdasarkan hal tersebut, maka dirasa penting untuk melakukan penelitian terkait strategi pada UMKM dalam menghadapi pasar digital. Meskipun telah banyak penelitian terkait manajemen strategi UMKM, namun penelitian dengan strategi dengan pendekatan kualitatif pada UMKM masih jarang dilakukan dan terlebih lagi CV Sutejo Motor menghadapi kendala signifikan dalam pengembangan platform digital, dimana sistem manajemen masih bertumpu pada pendekatan konvensional yang manual dan tradisional.

Penulis mengamati bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah cara berbisnis secara keseluruhan, termasuk bisnis sparepart mobil. Toko-toko konvensional, seperti Sutejo Motor di Nganjuk, harus beradaptasi dengan platform digital dan *e-commerce* untuk tetap bersaing dan mempertahankan pelanggan.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi CV. Sutejo Motor dalam menghadapi pasar berbasis digital. Penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan tentang posisi dan perkembangan CV. Sutejo Motor di pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto Pratama, A., & Irwansyah, I. (2021). EKSPLORASI KONDISI MASYARAKAT DALAM MEMILIH BELANJA ONLINE MELALUI SHOPEE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>
- Akhirudin, M. N., & Bastaman, A. (2024). Analisis Eksploratori Adopsi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Online (Studi Pada UMKM Kenari Mas Jakarta). *JEMSI*, 6(1). <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i1>
- Ali Al Aradatin, S., Muslih, B., Meilina, R., Nusantara PGRI Kediri Jalan Ahmad Dahlan, U. K., Kediri, K., & Timur, J. (n.d.). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri)*.
- Anisa Rokhimah, Rita Nurdiana, & Pramono pramono. (2024). TRANSFORMASI BISNIS MENUJU EKONOMI 5.0: STRATEGI ADAPTASI DAN INOVASI. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 101–109. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.408>
- Arqy Ahmadi, M., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Surakarta, U. (n.d.). *MANAJEMEN STRATEGI DALAM EVALUASI SWOT UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM): LITERATURE REVIEW*.
- Chairina, P., Kusumastuti, R., & Rusfian, E. Z. (2022). PENINGKATAN KEMAMPUAN DALAM MENGEMBANGKAN MODEL BISNIS DAN OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL MELALUI PELATIHAN MODEL BISNIS DAN PROMOSI BAGI UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 963. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.6917>
- Cholistiana, N. (2024). PERAN ANALISIS SWOT DALAM PERUMUSAN STRATEGI BISNIS UNTUK UKM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Inovasi Global*, 2(7). <https://doi.org/10.58344/jig.v2i6>
- Dadang. (2020). Analysis of the Application of Paragraph Exchange Technique in Writing Student Essays (Case Study in SD Negeri 4 Cipedes). *CENDEKIAWAN*, 2(1), 28–40. <https://doi.org/10.35438/cendekiawan.v2i1.175>
- Diah Ayu Septi Fauji, Sudarmiatin, & Agus Hermawan. (2022). Membangun Rantai Pasok Anti Rapuh: Perspektif Pelaku UMKM. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5(3). <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i3.010>
- Dyah, A., Paramitha, M., Ak, D., & Kusumaningtyas, M. M. (2020). QRIS.
- Falah, H. W., & Syafri. (2023). DETERMINASI PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2309–2318. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16541>

- Fanani, I. H., & Anwar, F. (n.d.). Implementasi Manajemen Strategis dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. In *Universitas Qomaruddin* (Vol. 123). <https://jurnalpasca.uqgresik.ac.id/index.php/pendidikan>
- Fandika, H., Andriyansah, A., & Syamsuddin, F. R. (2024). Adaptasi Karyawan UMKM terhadap Perubahan Lingkungan Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 491–498. <https://doi.org/10.54082/jupin.348>
- Fani, R., & Safira, I. (2024). Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce terhadap Pedagang Konvensional di Situbondo. *JURNAL ECONOMINA*, 3(1), 96–102. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1145>
- Farhan, A., & Purnamasari, P. (2024). Pupung Purnamasari INNOVATIVE. *Journal Of Social Science Research*, 4, 13630–13639.
- Farizal Azis, N., Fauji, A. S., & Leksono, P. Y. (n.d.). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI UMKM ANGKRINGAN IKI TULUNGAGUNG*.
- Faujiah, S., Syaifudin, M., Andriani, T., & Penulis, K. (2023). *Implementasi Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan*. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3>
- Hasan, G., Ester, L., Enjelica, E., Melsen, F., Iqratul Iman, R., & Internasional Batam, U. (2023). Analisa Pemasaran Digital, Manajemen Operasional dan Manajemen Hubungan Pelanggan PT. Panasonic Manufacturing Indonesia. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12460>
- Hasim, J., Adjam, S., Ibrahim, F., & Samili, A. O. (n.d.). Dampak Nomophobia Gadget Terhadap Hasil Belajar Siswa Di Smk Negeri 3 Halmahera Barat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Juli, 2023(14), 393–398. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8174939>
- Irena Dinar Vania Sasikirana, Aulia Safira Dewi, Queena Aurora Khayzuran, Sabrina Puspa Firdausy, & Denny Oktavina Radianto. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 166–177. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>
- Kamisah, C., Sakura, Y., Sejati, D. W., Setyaningrum, I. T., Kurniawan, M. P., Palinngih, R. W., Nugraha, J. T., & Tidar, U. (n.d.). EFEKTIVITAS PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI SARANA PROMOSI OLEH MAHASISWA. In *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)* (Vol. 2).
- Kurniawan, R. K., Samari, S., & Ratnanto, S. (2022). Komparasi Model Single Moving Avarage & Exponential Smoothing Untuk Peramalan Penjualan AMDK NuCleans. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 7(1), 84–92. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.17740>
- Muhammad, P., Penerbit, Z., Zaini, M., Saputra, N., Penerbit, Y., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561417>

- Muhammad Yudha Ardiansyah, & Hamidullah Mahmud. (2024). Pentingnya Kerja Sama dalam Pengorganisasian Perspektif Al-Quran. *Tabisyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 6(1), 01–11. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v6i1.1703>
- Nanda Amilia, S., Zahro, A. H., Salsa, F., Sari, B., Maharanie, P., Hidayat, N. R., Si, M., Ikaningtyas, M., & Ab, M. (2024). PT. Media Akademik Publisher. *JMA*, 2(4), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Noverdiansyah, R., Khoiriah, A., Kananda, V., Sutoro, M., & Supratikta, H. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis E-Commerce Terhadap Peningkatan Kualitas dan Kinerja SDM Untuk Meningkatkan Profit UKM di Masa Pandemi. In *Jurnal Peradaban Masyarakat* (Vol. 2, Issue 2). <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/peradaban>
- Nurzainul Hakimah, E., Aliami, S., & Muslih, B. (n.d.). *THE NETNOGRAPHIC PORTRAIT: COMPETITIVE ADVANTAGES OF MSME'S RETAIL BUSINESS VIA "WAG" DURING COVID-19 PANDEMIC*.
- Purnomo, H., Samari, & Faisol Hambali. (2023). The Phenomenon of Disruption in Human Resource Management: A Systematic Literature Review. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(4), 1055–1060. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v6i4.171>
- Putri, A. P., Rahhayu, R. S., Suswandari, M., & Ningsih, P. A. R. (2021). STRATEGI PEMBELAJARAN MELALUI DARING DAN LURING SELAMA PANDEMI COVID-19 DI SD NEGERI SUGIHAN 03 BENDOSARI. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.37478/jpm.v2i1.728>
- Putri Wiwin Masrida, L., Kusumaningtyas, D., Damayanti, S., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., & Timur, J. (n.d.). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MIX 4P DALAM MENCIPTAKAN CUSTOMER LOYALTY PADA USAHA KURNIA MADU KEDIRI*.
- Putu Bagus Wiranata, I., Hiu, S., Informasi, S., Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, I., Raya Puputan No, J., Puri Klod, D., Denpasar Timur, K., Denpasar, K., sitasi, C., Ipb, W., & Peningkatan Efisiensi Operasional, S. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E-Commerce. *Informatics for Educators And Professionals: Journal of Informatics*, 9(1), 22–32.
- Rachmawati Arsyady, I., & Karnita Soleha, L. (2024). ANALISA STUDI KELAYAKAN BISNIS YORIGO KOHI COFFEESHOP, BANDUNG. In *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan* (Vol. 10, Issue 2).
- Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Rivaldi, A., Feriawan, U., & Nur, M. (n.d.). *METODE PENGUMPULAN DATA MELALUI WAWANCARA*.
- Rosid, A., Purnomo, H., Hamid, A., Gusti Wardhana, M., & Setianti, Y. (2023). *THE INFLUENCE OF INTEGRATED COMMUNICATION*

- STRATEGIES IN ONLINE BUSINESS IN THE DIGITAL ERA ON BUILDING AND SUSTAINING CORPORATE IMAGE: A CASE STUDY ON THE DYNAMICS OF COMPANIES IN INDONESIA. *International Journal of Economic Literature*, 1(2), 177–190.
- Sandri, D., Sjech, U., Djamil, M., Bukittinggi, D., Isnaniah, I., Smpn, T. T., & Lingkung, E. (2023). *ANALISIS FAKTOR RENDAHNYA MINAT BELAJAR SISWA KELAS IX PADA MATA PELAJARAN MATEMATIKA* (Vol. 2, Issue 1).
- Sendy Pratama, Thara Yuniar, Wishal Putra Hendrawan, & Indah Noviyanti. (2024). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 50–60. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3046>
- Setya, P., Hafidz, M., Andif, G., Ndaru, V., Masgumelar, K., Dyah, N., Hanik, L., Dedi, M., Hendra, A., Hutama, A., Jerison, M., Iwan, B., Estrado, F., Selestiano, I., Taufan, R., Prasetyo, B., & Romadhana, S. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN PENELITIAN TINDAKAN KELAS DALAM PENDIDIKAN OLAHRAGA*.
- Shaqiqoh Dissurul, N., Jessica Amelia, S. A., Serviako Sinaga, D., Ikaningtyas, M., & Hidayat, R. (2024). INOVASI BISNIS: PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN STRATEGI DI ERA DIGITAL. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 1). https://jurnalfkkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). *E-commerce di Industri 4.0*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>
- Subagyo, S., Surindra, B., Artantri, M., & Ernestivita, G. (2023, July 26). *The Role of Entrepreneurial Education, Risk Tolerance and Self Efficacy on Entrepreneurial Intention of University Students During Digital Transformation and Industrial Revolution 4.0 Era*. <https://doi.org/10.4108/eai.29-10-2022.2334029>
- Sudiantini, D., MPd Hadita, Sp., & Penerbit Pena Persada, M. C. (n.d.). *MANAJEMEN STRATEGI*.
- Sulistiyo, E., Chotimah, C., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2023). *Journal of Islamic Education Management* (Vol. 8, Issue 1). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/kelola>
- Suryaningtyasari, H., & Dwijayati Patrikha, F. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN OMSET PENJUALAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Susanto, D., Jailani, Ms., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Taher, M. I. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Bisnis Islam: Studi pada UMKM Kecamatan Medan Tembung*. 5, 4005.
- Wulandari, M., Syahrani Amelia, N., Zaki Nashobi, M., & Noviyanti, I. (2024). Jurnal Ekonomi STIEP (JES) Strategi Adaptasi dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi Terbaru. *Jurnal Ekonomi STIEP (JES)*, 9.

- W, Z., & Ie, M. (2023). PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPREDIKSI KINERJA DENGAN DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 161–175. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.23228>
- Yulia Putri, S., Kusumaningtyas, D., Damayanti, S., Nusantara PGRI Kediri Jalan Ahmad Dahlan No, U., Kediri, K., & Timur, J. (n.d.). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ALEN-ALEN MBAK SRIPIT MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS*.
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>