

DAFTAR PUSTAKA

- Agostini, L. dkk., (2019). “The Digitalization of the Innovation Process: Challenges and Opportunities From a Management Perspective”. *European Journal of Innovation Management*, 23(1): 1 – 12.
- Andriani, F., dkk., (2021). “Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru)”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 5(2): 2904 – 2910.
- Asriyana dan Istiana, M., (2024). *Ekspor dan Impor di Indonesia*. (Jambi: Artikel Penelitian Tidak Diterbitkan).
- Bharadwaj, A., dkk., (2013). “Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights”. *MIS Quarterly*, 471-482.
- Bharadwaj, A., dkk., (2013). “Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights”. *MIS Quarterly*. 37(2): 471 – 482.
- Czinkota, M. R., dkk., (2017). *International Marketing*. Cengage Learning.
- Derama, T., dan Aransyah, M. F. (2022). “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis Swot Dan Waspas Pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project”. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1): 18 – 29.
- Fitriani, N. M. M., dkk., (2022). “Analisis SWOT untuk Digitalisasi Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu”. *Journal Appropriate Technol Community Serv*. 3(2): 1 – 11.
- Hadiwijaya, H., dan Prasetya, D. (2023). “Meningkatkan Kualitas Produk dan

Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung di Palembang”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 289 – 295.

Hinings, B., dkk., (2018). “Digital Innovation and Transformation: an Institutional Perspective”. *ELSEVIER: Information and Organization*. 28(1): 52 – 61.

Karmila dan Ardan, T.S., (2022). “Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata Curugagung”. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2): 449 – 456.

Kasnawati, K., dkk. (2024). “Pengembangan Teknologi Mesin Otomatis untuk Peningkatan Produktivitas dalam Industri Manufaktur”. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4): 15300 – 15306.

Kotler, P., dan Keller, K. L., (2016). *Marketing Management 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Krugman, P. R., dkk., (2018). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson Education Limited.

Loqman, A. A., dan Sumainah, F., (2023). “Strategi Pengembangan Pasar Ekspor Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital”. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(2): 77 – 82.

Morgan, R. M., dan Hunt, S., (1994). “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”. *Journal of Marketing*, 58(3): 20 – 38.

Pickton, D. W., dan Wright, S., (1998). “What’s SWOT in Strategic Analysis?”. *WILEY: Strategic Change*, 7(2): 101 – 109.

- Pickton, D., dan Wright, S. (1998). "What's SWOT in Strategic Analysis?". *Strategic Change*, 7(2), 101-109.
- Rini, D. A. M., dan Yulistiyono, H. (2021). "Pengeluaran Pemerintah, Akumulasi Modal, Pajak dan Ekspor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1): 1098 – 1108.
- Sari, N. P. (2024). "Analisis Pasar Ekspor : Strategi Mudah Untuk Perusahaan Skala Menengah". *Musytari Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*. 3(7): 81 – 90.
- Sayudin, S. (2023). "Membentuk Strategi Bisnis Yang Tangguh Dalam Era Manajemen Yang Berubah". *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7): 1566 – 1572.
- Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Utomo, M. W., dan Qomariyah, S. N. (2021). "Strategi Pemasaran Tanaman Hias dengan Pendekatan Analisis SWOT". *Exact Papers in Compilation*. 3(3): 361 – 368.