

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan Nur, M. (2023). Urgensi digital marketing dan sosial media untuk pengembangan UMKM. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 1(4), 532–541. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Aliami, S., Muslih, B., Zulistiani, & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasajo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan Penataran*, 7(1), 1–23. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/596>
- Alimah Nur, B., & Atik, L. (2023). Pengaruh Strategi Marketing Mix (4P) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukoharjo). *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(2), 102–115. <https://doi.org/10.56338/jsm.v1i2.2821>
- Aradhana, M. L., Lumowa, M. P., Polii, L. S., Rondonuwu, E. T., Langi, E., & Yusupa, A. (2025). Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 352–360.
- Azuhri, M. B. U. D., Ernestivita., G., & Sasongko, M. Z. (2023). Strategi Pemasaran Pada Umkm Batu Bata Di Kaloran Kecamatan Ngronggot. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 716–724.
- Azzahra, F., Santoso, H., Saleh, A., Manisya, N., & Zahra, K. (2025). Strategi Pemasaran Konten TikTok @ bodyfitbybagus dalam Menarik Minat Berlangganan Layanan Kebugaran Content Marketing Strategy of TikTok @ bodyfitbybagus in Attracting Subscription Interest for Fitness Services. *Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, VI(1), 133–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jasima.v6i1.2210>
- Darmawan, K. P., & Ali, H. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi Lingkungan Eksternal pada Perusahaan : Analisis Pasar , Peluang dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 2(3), 145–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jgit.v2i3>
- Fauzi, I. (2020). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Literasi Keuangan dan Digital di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 6(1), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.51311/istikhlaq.v6i1.655>
- Fauzi, M. F., & Zurohman, A. (2023). Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal. *Welfare: Jurnal Pengabdian ...*, 1(3), 475–479. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/599%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/599/364>
- Fawwaz, F. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Umkm Dalam Membangun Positioning Melalui Instagram. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1), 119–127. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.848>
- Fitriatin, D., & Syahrinullah. (2025). Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rena Factory Outlet Di Kabupaten Tuban. *Journal Of Management Branding*, 2(1), 82–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.71326/jmb.v2.i1.70>
- Fitriyah, N., Putra, T. R., & Prabowo, T. A. (2023). Analisis Swot Pada Umkm Produk Halal Olahan Ikan Tongkol Di Kecamatan Sepuluh, Kabupaten

- Bangkalan. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(2), 564–579.
<https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i2.237>
- Harahap, L. M., Lidwina, A., Sembiring, B., & Sari, I. P. (2024). " KOMBINASI STRATEGI TRADISIONAL DAN MODERN DALAM MENGEMBANGKAN PASAR FORE DI MEDAN ". 8(9), 36–41.
- Haryansyah, S. (2024). Strategi Besaing Pada Cafe Arion Dengan Menggunakan Analisis Swot. *Journal Of Economics and Business*, 1(1), 2024.
<https://ojsjournal.unt.ac.id/index.php/JOEBIS/article/view/47>
- Hidayat, I., Qurotulaini, D. L., Safitri, N. A., & Novitasari, R. (2024). Transformasi Digital Pada UMKM di Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan dan Peluang Pada Akses Pembiayaan. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7414–7423. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1992>
- Hidayati, F., & Priyono, B. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 35.
<https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/775>
- Husriadi, M., & Nurjanah, A. (2024). Tantangan Dan Peluang Dalam Mengembangkan Umkm Di Kota Kendari: Analisis Strategis Dan Implikasinya. *Jurnal Ilmu Ekonomi (Jie)*, 3(1), 36–48.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59827/jie.v3i1.106>
- Imammudin, Y., & Ahmadi, M. A. (2024). *Peran Inovasi , Kualitas Produk , dan Strategi Perusahaan dalam Mendorong Keberhasilan Bisnis : Studi Literatur*. 2(1), 978–989.
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG Journal*, 2(1), 9–17.
<http://ijespgjournal.org>
- Ma'arif, S., Mulyati, & Ramadhan, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Kuliner Di Kabupaten Dompu. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Mafitri, V., & Barusman, T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Villa Gardenia Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung Pada Masa Pandemi Covid-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1739–1748.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.231>
- Maghfiroh, M., Janari, D., Indrawati, S. I., & Purnomo, M. (2022). Analisis SWOT untuk Digitalisasi Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol3.iss2.art5>
- Maghfiroh, M., & Rahmawati, N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Serta Membangun Brand Awareness pada UMKM Rengginang GR Wedoro. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 2(1), 153–166.
<https://doi.org/10.59024/jnb.v2i1.313>
- Maulana, wildan, A., Yani, M., & Pebrianggara, A. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Dan Meningkatkan Daya Saing Pada UMKMKopi Di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship*

- Journal*, 5(2), 5835–5853. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Melandi, I. K., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Pada Travelxism Menggunakan Digital Marketing Canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1107–1122. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3138>
- Monalisa, I., Triana, R., Sidabutar, Y., Ardana, T. N., & Fatio, D. (2025). Pengembangan Kapasitas Manajerial UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Inovasi Teknologi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Ma Najemen*, 41(1), 103–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3160>
- Pradita Putri, B., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 209–220. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art2>
- Prastiwi, R. F., Komariah, A., & Ahya, R. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Industri Jenang Krasikan Menggunakan Metode (Swot) (Studi Kasus Di Sentra Industri Jenang Desa Tangkisan. *Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri (JAPTI)*, 1(2), 44. <https://doi.org/10.32585/japti.v1i2.1379>
- Prima, Y., & Daryana, A. P. (2025). *Model Manajemen Inovasi Produk Kuliner Tradisional di Era Digital: Studi Kasus pada UMKM di Sumatera Utara*. 3, 268–279. <https://doi.org/https://doi.org/10.60145/jcp.v3i3.372>
- 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://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4470>
- Putri Rezki, D. (2024). Analisis Penggunaan E-Commerce Bagi UMKM Di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 1(1), 151–163. <https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v1i1.13>
- Putu, N., & Ariastini, W. (2024). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Tenun Songket (Studi Kasus : Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(7), 1438–1446.
- Rahmadani, H. E., Ernestivita, G., & Sasongko, M. Z. (2022). Strategi Pemasaran Qomeshop Balowerti Kota Kediri Untuk Meningkatkan Loyalitas Pembelian Di Masa Pandemi. *Seminar Nasional ...*, 92–97. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2076%0Ah> <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/2076/1698>
- Ramadhan, F., & Anwari, M. K. (2023). Pelatihan Literasi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Kota Pontianak. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 1008–1017. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i2.6281>
- Risal, M., Ramli, & Suharlina. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Toko Terang Abadi di Kecamatan Papalang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 889–897. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1506>
- Rosa, Y. Del, & Idwar. (2021). Strategi Bertahan UMKM Kuliner Kota Padang Saat Pandemi Global Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*,

- 23(2), 371–384. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jebd.v23i2.267>
- Rubiyatno, R., Kurniawati, L., & Pranatasari, F. D. (2023). Pengembangan Strategi Pariwisata Berkelanjutan Desa Wisata Di Yogyakarta Melalui Analisis Swot (Matriks Kuadran Swot Dan Efas & Ifas). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2218–2133. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52151>
- Sari, N., Syari, R. L., & Pandi, A. (2025). Strategi Pemasaran Yang Efektif Untuk UMKM Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial (JIPSI)*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.787>
- Sitompul, M. R. I., & Gultom, I. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mie Gacoan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 13(1), 24–34. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>
- Suciati, D., & Pravitasari, D. (2024). *Analisis Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Overhead Pabrik Sebagai Alat Pengendalian Biaya Produksi pada Usaha Jenang Tradisional Barokah di Desa Bono Kecamatan Boyolangu*. 24(02), 1–7.
- Sukmawati, W., Sunaryo, H., & Heriansyah, D. (2021). *jahe JM HAMKA selama ini masih jahe merah dan jahe emprit yang lakukan hanya mengalir sesuai keadaan mengajarkan bagaimana melakukan pembukuan . Yang menjadi fokus mitra berbelanja untuk produksi berikutnya .* 4(3), 833–839.
- Sulistiyawati, U. S., & Munawir. (2024). *Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Platform E- Commerce : Studi Kasus Tokopedia Abstrak*. 1(1), 43–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jmt.vxix.776>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Sutrisno, W., Qurrota Ain, K., Abdul Aziz Baraba, S., Fadla, F., Safira Rosada, R., & Aminullah, M. (2023). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Ayam Petelur. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 4(1), 35–42. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol4.iss1.art5>
- Toding, A., Arifin, M., & Sutopo, Y. K. D. (2021). Evaluasi dan Arah Peningkatan Pelayanan Air Bersih di Kota Makassar. *Jurnal Wilayah & Kota Maritim*, 9(1), 43–50. <https://doi.org/10.20956/jwkm.v9i1.1188>
- Tohari, A., Kurniawan, A., Muslih, B., Widodo, A. S. F., & Saputra, L. B. (2019). Utilization of Tax Incentives, Tax Services and Existence of Tax Sanctions on Tax Compliance in Submitting SPT and Micro Business Sustainability at Kediri City during COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.52403/ijrr.20211158>
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance of Msmes in Kediri City. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Umam, H. S., & Mafruhah, A. Y. (2022). Strategi Optimalisasi Smart Economy Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 7(2), 355–368. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v7i2.1317>

- Vincent, Bipianto, I., & Wasiman. (2023). Penerapan Analisis SWOT pada Keboon Kopi Cafe & Resto. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 5(September), 91–98. <https://doi.org/10.33884/psnistek.v5i.8068>
- Wulandari, E. W., & Pahlevi, E. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi melalui Sinergi Pemasaran Digital “LapakUMKM.Com.” *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i2.350>
- Yahya, L. M., Yanda, V. P., Indriyani, D., & Hafid, A. (2024). Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Toko Kue (Studi Kasus Pada Usaha Kue Bolu Ina Boy). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 854–863. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v5i1.2517>
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1299–1307. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43982>
- Zed, E. Z., & Putri, H. D. (2024). Peranan Rencana Usaha Pelaku Umkm Dalam Bidang Kuliner Menggunakan Analisis Swot. Studi Kasus : Sempol Ayam Di Rawa Sapi, Tambun Selatan. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(12), 42–47. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jer/article/view/6548>