

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A., Salawali, W. A., Indama, I. S., Wahdaniah, W., & Bahasoan, A. N. (2024). Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Pandemi COVID-19: Implikasi bagi Pasar Ritel di Indonesia. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5, 5005–5017. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5036>
- Adrian, M., Kurniawan, R., & Sari, T. (2021). *Penerapan SWOT dalam Perumusan Strategi UMKM*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Aulia, F. W., & Aprialinita, D. (2021). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam menghadapi kompetitor di masa pandemi pada perusahaan Indofood. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(3), 1–10. <https://repository.umri.ac.id/handle/123456789/4265>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (6th ed.). Pearson.
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integr T analysis applications: An integrative liter e literature review. *Journal of Global Business Insight*, 6(1).
- BOUFIM, M., & BARKA, H. (2021). Digital Marketing: Five Stages Maturity Model for Digital Marketing Strategy Implementation. *IJBTSR International Journal of Business and Technology Studies and Research*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5578706>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cuandra, F. (2021). Analisis tingkat penjualan melalui faktor internal maupun faktor eksternal terhadap UMKM kuliner kota Batam. *Jurnal Manajemen Terapan*, 7(2), 45–54. <https://repository.uib.ac.id/6506/>
- Desfitriana, D., Zulfadhli, Z., & Agustini, T. (2021). STRATEGI BISNIS PADA KINERJA PERUSAHAAN ERA COVID-19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jurisma.v11i2.3839>
- Dyah Kusumastuti. (2020). *Analisis faktor-faktor eksternal dalam perubahan perilaku konsumen pasca pandemi*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 45–56.
- Fatimah. (2020). Analisis SWOT sebagai alat strategis dalam perumusan kebijakan usaha. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Strategis*, 12(1), 23–30.
- Haryanto, A., & Andika, R. (2020). Analisis faktor internal dan eksternal terhadap daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 55–63.

Hasibuan, A., & Setiawan, D. (2024). Tingkat penjualan sebagai ukuran kinerja UMKM. *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*, 10(1), 11–20.

Hidayat, T., & Pramudito, R. (2022). Inovasi desain produk sebagai strategi keunggulan kompetitif UMKM sektor konstruksi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 6(3), 134–148.

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 (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9–17. <https://doi.org/10.26638/ijespg.113>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id>

Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & T, R. W. W. (2022). ANALISIS DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM MAKANAN TRADISIONAL LEMPER BERBAHAN ALAMI MEMILIKI DAYA TARIK DAN KETAHANAN MUTU PRODUK. *Nawaka Visual*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Erlangga.

Lestari, M., Daeli, M., & Damanik, A. S. (2024). PERAN STRATEGIS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI DAN MOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA DI SEKTOR TOKO DAN UMKM. *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1.

Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1267–1283.

Mahendra, Y., & Rini, A. (2022). Daya beli masyarakat dan dampaknya pada permintaan produk non-esensial. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 11(4), 215–227.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

Mujianto, E., Prasetyo, A., & Wibowo, D. (2022). Dampak pandemi terhadap omzet UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 121–135.

Nabawi, N., & Basuki. (2022). KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN MODAL USAHA PENGARUHNYA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA UMKM. *AL – ULUM ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA*, 8, 2476 – 9576.

- Narayana, K. P., Elda, Muallim, Nugraha, Y. S., & Nurjannah. (2024). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN LESEHAN ASRI KOTA PALOPO. *Jurnal Astina Mandiri*, 2.
- Nazarudin, M. (2020). Penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 33–42.
- Nufuz, D. A., Faqih, A., Mahendra, M. H., & Setianingrum, N. (2025). Strategi Efektif Dalam Manajemen Perubahan: Membangun Ketahanan Organisasi Di Era Digital. *Menulis*, 3.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.59435/menulis.v1i6.388>
- Nugraha, F., & Dewi, P. (2021). Adaptasi desain arsitektur klasik-modern dalam bangunan kontemporer. *Jurnal Seni Rupa & Desain*, 6(1), 33–48.
- Patton, M. Q. (2023). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Permana, B. S. (2022). Analisis faktor internal dan eksternal pada bisnis Satria Laundry di Kota Semarang [Skripsi, Universitas Dian Nuswantoro]. <http://eprints.dinus.ac.id/29390/>
- Porter, M. E. (2020). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Pratama, R. (2022). Strategi UMKM menghadapi persaingan digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 14–28.
- Putri, D. A. (2021). Peran analisis SWOT dalam formulasi strategi bisnis UMKM. *Jurnal Strategi Bisnis*, 10(1), 21–29.
- Putri, E. S., & Putri, E. S. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith> ekonomika.v8i2
- Putri, M., & Putri, A. (2025). Media sosial sebagai alat promosi efektif bagi UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 7(1), 55–69.
- Rahmatika, M., Muharia, Salsabila, T., & Sanjaya, V. F. (2024). ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK FASHION TOKO ZELORA LAMPUNG. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 35. <https://doi.org/https://doi.org/10.53916/jam.v35i3.146>
- Rahmadani, R., & Subroto, T. (2022). Adaptasi digital UMKM dalam menyikapi perubahan konsumen. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 11(2), 98–106.

- Reggina, R., Anggraini, D., & Sulaiman, F. (2024). Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. *INVESTASI : Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.59696/investasi.v2i1.30>
- Reggina, A., Pratama, B., & Lestari, N. (2024). Reputasi dan keunikan produk sebagai faktor internal UMKM. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 12(1), 41–55.
- Rohman, M., & Dewi, K. (2020). Implementasi SOP produksi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM. *Jurnal Manajemen Operasi*, 5(2), 100–115.
- Rokibah. (2021). Penggunaan SWOT dalam analisis situasi pemasaran UMKM. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 8(3), 37–45.
- Rosyada, M., & Wigiawati, A. (2020). STRATEGI SURVIVAL UMKM BATIK TULIS PEKALONGAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA “BATIK PESISIR” PEKALONGAN). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4.
- Sander, D. A., Chan, A., & Muhyi, H. A. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>
- Santoso, J., & Widjaja, L. (2022). Dampak efisiensi teknologi pada persaingan harga UMKM industri konstruksi. *Jurnal Industri Kreatif*, 9(1), 29–43.
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Strategi Adaptif dan Nilai Sosial dalam Kewirausahaan Milenial: Studi Naratif di Konteks Urban Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i1.338>
- Safitri, Z., Aulia, A., & Nazarudin, M. (2024). Penerapan matriks SWOT pada bisnis mikro. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 6(1), 10–18.
- Sari, F. R. (2021). Kritik SWOT dalam dunia bisnis modern. *Jurnal Kajian Strategi Ekonomi*, 7(2), 45–53.
- Siswanti, R. (2020). Korelasi kualitas pelayanan dengan penjualan UMKM. *Jurnal Bisnis Kreatif*, 5(2), 56–66.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Management, Accounting, Tax and Production*, 2. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>

Sinulingga, & Anisa, N. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.

Sukoco, H., & Krisnaresanti, A. (2024). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ADAPTASI STRATEGI PEMASARAN UMKM SAAT PANDEMI COVID-19: TINJAUAN LITERATUR. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonom*, 3,32–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.59066/jmae.v3i1.665>

Susanto, B., Chariri, F. N., Syaokani, M. M., Hadianto, A., Rochman, M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6, 42–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.31603/ce.4244>

Sugiyono. (2022). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Syahreza, D. S., Rifai, D., Fernanda, M. R., Neliza, A. F., Neliza, A. F., & Tobing, M. S. R. L. (2023). MANAJEMEN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1. <https://doi.org/tpts://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.315>

Tambunan, L. A. (2021). Analisis faktor eksternal dan internal terhadap keputusan pembelian produk hand sanitizer di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Konsumen*, 3(1),15–26. <http://repository.umj.ac.id/handle/123456789/2345>

Umar, H. (2020). *Strategi bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Utari, M., & Rahmi, L. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan UMKM (Studi kasus: Oh My Pie Croffle). *Jurnal Ekonomi UMKM Kreatif*, 9(2), 34–45.

Wahyono, Q. F. P., & Waluyo, M. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Perusahaan Galangan Kapal dengan Customer Satisfaction Index untuk Strategi Pemasaran Berbasis SWOT. *JURNAL SURYA TEKNIKA*, 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.37859/jst.v11i2.8322>

Winarti, M. (2021). Analisis penurunan omzet UMKM pasca-pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 8(1), 12–20.

Yasir, J. R., Ilham, & Padli, K. (2022). Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4, 23–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.24256/kharaj.v4i1.2846>

Zahrah, N., & Mandey, R. (2021). *Tingkat penjualan UMKM dan faktor yang mempengaruhinya*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 5(1), 1–

Universitas Bina  
Dharma

