

## DAFTAR PUSTAKA

- Anik Nur, H., Elmunsyah, H., & Rosita, D. (2021). *Modul Ajar Fuzzy*. Ahlimedia Book: Malang.
- Bedeian, A. G., & Glueck, W. F. (1983). *Management* (3rd Edition). Dryden Press: USA.
- Endrawati. (2017). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pengrajin Sepatu dan Sandal Kuli 'Praktis' Magetan. *Equilibrium*, 5(2), 172–178.
- Fajri, M., Hipni, A., & Mutia, M. (2022). Strategi Pengembangan Home Industry dengan Menggunakan Analisis dan Metode QSPM (Studi Kasus Industri Sepatu, Sandal Etnik, dan Kulit di CV. DEALLOVA). *Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(2), 185–196.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish: Yogyakarta.
- Fitri, S., Dwisep Saputra, F., & Taufiq, M. (2022). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Minat Belajar Siswa SMK Negeri 1 Tasikmalaya. 1(3), 1–5.
- Gulo, A. K., & Murni, D. (2023). Analisis Keputusan Menggunakan Metode Cut Off Point dan Fuzzy Simple Additive Weighting dalam Menentukan Jenis Laptop Terbaik pada Mahasiswa Matematika FMIP Universitas Negeri Padang. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(3), 1577–1587.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran*. Pascal Books: Banten.
- Hosseini-Nasab, H., Hosseini-Nasab, A., & Milani, A. S. (2011). Coping with Imprecision in Strategic Planning : A Case Study Using Fuzzy SWOT Analysis. *Scientific Research*, 3, 23–29.
- Hutabarat, J., & Huseini, M. (2006). *Proses, Formasi, dan Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer*. Elex Media Komputindo: Jakarta.

Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224.

Kurniawan, E., & Nurfitriyenny. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Home Industry Yap Yek di Kota Bukittinggi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Home Industry Yap Yek di Kota Bukittinggi. *Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi*, 6(1), 47–55.

Lady, A., Mustaniroh, S. A., & Astuti, R. (2021). Analysis of Business Development Strategy with Fuzzy SWOT Method (Case Study in the Potato Chips SMES Cluster). *Proceedings of the International Conference on Innovation and Technology (ICIT 2021)*, 1–8.

Martin, A., Anizir A. M, Widya, W. Chairul, A., Idri Y. N., Nur, K., Iren M. P., Endi R., Fandy L., & Billy B. R. M. (2023). *Manajemen Strategi*. Selat Media: Yogyakarta.

Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 249–266.

Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish: Yogyakarta

Nozari, H., Najafi, E., Fallah, M., & Lotfi, F. H. (2019). Quantitative Analysis of Key Performance Indicators of Green Supply Chain in FMCG Industries Using Non-Linear Fuzzy Method. *Mathematics*, 7(11), 1–19.

Pracoyo, A. (2021). Analisis Pengaruh Pemberian Kredit Mikro Kepada UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(1), 10–18.

Prawesta, N. G. (2023). *Rancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Penjualan Sepatu*. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.

Puddin, K., Lubis, S., & Kholis, A. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*. Economic & Business Publishing: Medan.

Pusfitasari, D. A. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Fuzzy Swot dan Fuzzy Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus di UKM Sambal Pecel Kabupaten Madiun)*. Universitas Brawijaya: Malang.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Ratama, N., & Munawaroh. (2019). *Konsep Kecerdasan Buatan dengan Pemahaman Logika Fuzzy dan Penerapan Aplikasi*. Uwais Inspirasi Indonesia: Tangerang Selatan.

Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 – 2023.

Rifkhan, P. A. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Penerbit Adab: Jawa Barat.

Sari, S., & Mubaroq, R. (2023). Evaluasi Kriteria Pemilihan Supplier Material Auxiliary Engine Shipyard Menggunakan Metode Cut-off point. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 22(1), 6.

Septiani, W., Triwulandari, & Elfira, F. (2022). *Analisis Keputusan: Teori dan Implementasi*. Nas Media Pustaka: Makassar.

Soegoto, E. S. (2009). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Elex Media Komputindo: Jakarta.

TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998.

Tumanggor, A., Machasin, & Sitompul. (2022). *Strategi Pemasaran dan Pemberdayaan UMKM pada Masa Covid-19*. Penerbit K-Media: Yogyakarta.

Tutuhatunewa, A., & Pesulima, L. (2021). Desain Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Fuzzy-SWOT dalam Ancaman Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Bengkel Anugerah Poka). *Seminar Nasional "ARCHIPELAGO ENGINEERING" 2021*, 51–59.

Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Warti, R., Dara Audina, D., & Azizi, A. (2022). Analisis Diversifikasi, Merger, dan Akuisisi. *Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 2(2), 139–149.

Wendy. (2016). *Analisis Keputusan Menggunakan Gabungan Cut Off Point, Fuzzy, Dan Entropytopsis Dalam Menentukan Jenis Laptop Terbaik*. Universitas Brawijaya.

Widodo, W., Muttaqin, A. Z., & Untari, E. (2023). Analisis Strategi Pemasaran di UD. XYZ Menggunakan Metode SWOT Marketing Strategy Analysis In UD. XYZ Using SWOT Method. *Jurnal Keilmuan Teknik*, 01(02), 124–130.

Wijatno, S. (2009). *Pengantar Entrepreneurship*. Grasindo: Jakarta.

Yudhistira, S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Industri Produk Unggulan Sepatu Bunut Asahan di Bunut, Kecamatan Kisaran Barat, Kabupaten Asahan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(6), 176–186.

Yulianto, H. (2023). *Manajemen Strategis: Dasar Konsepsi Pada Organisasi Bisnis*. Yudha English Gallery: Pontianak.

Zulfa, I., Hariyani, T., Ekonomi dan Bisnis, F., Manajemen, P., & Kahuripan Kediri, U. (2022). Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(1), 299–314.

