

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, R., & Wati, K. M. (2024a). Analisis SWOT dan STP (Segmentation, Targeting, Positioning) untuk Menerapkan Strategi Pemasaran Digital pada Umkm Mie Bergaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(12), 540–549.
- Adinugraha, R., & Wati, K. M. (2024b). ANALISIS SWOT DAN STP (SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING) UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM – MIE BERGAYA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(12), 540–549.
- Afrilia, D., & Razak, A. (2024). The Impact of MSMEs on the Growing Marketplace Development In Indonesia. *SAE (Study of Applied Entrepreneurship)*, 1(3), 145–148.
- Akbar, R., Winanda, Y., Rahmayanti, M., Yetti, D., & Yelmi, H. (2022). Analisa Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Kampar. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 46.
- Alkatiri, G. S., Khoiriyah, N., & Mas'idah, E. (2024). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT Dan QSPM Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Spider Fitting Di PT Fajar Lestari Sejati (Dekkson). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 108–118.
- Amir, & Rayhan Savero, M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Digital pada Apotek Pendidikan Sekolah Farmasi ITB. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(10), 3749–3803.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166.
- Ardani, S. P., & Harahap, W. L. (2024). STRATEGI KONTEN KREATIF UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT UMKM DI SOSIAL MEDIA. *Jurnal Rupa Matra*, 2(2), 136–143.
- Arif, D. N., Nurhedi, M., Khairuddin, A., & Sholihin, M. (2025). Analisis Efektivitas Pemasaran Digital Terhadap Penjualan UMKM. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 2(1), 88–93.

- Aurannisa, N., Aminah, L., Azhari, W. P., Zakiyyah, D., & Susilawati, S. (2025). Implementasi Perencanaan Strategis Berbasis QSPM dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di Lembaga Pendidikan Islam. *An-Nahdloh: Journal of Education and Islamic Studies*, 1(1), 1–18.
- Bahri, S., & Rohiman, R. (2025). Logo on MSME Product Packaging as a Means of Advertising to Increase Sales Results. *Journal of Science and Education (JSE)*, 6(1), 770–779.
- Berampu, L. T., Taufiqurrahman, & Agassi, L. (2025). Analysis SWOT Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Integration Analytic Hierarchy Process. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 222–242.
- BPS Sumbar. (2025). *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Sumatera Barat 2024*.
- Ciptaningtyas, A. W., & Susanto, A. (2025). Analisis Efisiensi Energi dalam Industri Makanan dan Minuman Berdasarkan Konsep Termodinamika. *Jurnal Ilmiah Sinteks*, 14(2), 1–10.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). *Strategic Management: Concepts and Cases* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Dewa, C. B., Safitri, L. A., & Hadi, W. (2023). Analisis SWOT dan Pemasaran Digital Strategi Peningkatan Bisnis UMKM Kremesan Ayam CSP Snack. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(1), 62–74.
- Dhenabayu, R., Kamila, F. A. C., Wahyuni, D., Armawadin, I. D., Akbar, M. F., & Ashar, M. M. (2022). Perkembangan Strategi Bisnis PT Unilever (Tinjauan Analisis PESTEL dan SWOT). *Journal of Digital Business and Innovation Management*, 1(1), 1–21.
- Dwi Patlan Dimyati, A., Wahyudin, & Hamdani. (2022). Marketing Strategy Planning With SWOT Analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) at CV. Dex Media Kreasi. *Jurnal Sistem Teknik Industri (JSTI)*, 24(1), 54–65.
- Fadhilah, B. U., & Desriyeni. (2024). Perilaku Pencarian Informasi Produk Skincare Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 18494–18503.

- Fatihah, D. C., Nurdin, J., & Ardani, A. V. (2025). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus UMKM Roti Gendis). *Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 13(2), 30–37.
- Fatmawati, P. D., & Patria, A. S. (2023). Perancangan Katalog Produk Umkm Wawa Food And Cookies. *Junal Desgrafia*, 1(1), 133–144.
- Gultom, J. R., Sidiq, A. Z., Azzahra, Z. Q., Nadirra, & Rahayu, W. A. (2024). Analisis Strategi dengan Metode SWOT, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), dan SPACE (Strategic Position and Action Evaluation) pada PT. Kimia Farma, Tbk. *Mediastima*, 30(1), 13–27.
- Habibah, N. K., & Kusmayadi, D. (2025). Analisis Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana Pada UMKM: Studi Kasus Warmart. *Jurnal Eko-Bisma* |, 4(2), 187–198.
- Haddad, D. A., & Erik. (2025). Perancangan Strategi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial *Instagram* Dengan Metode SWOT Dan SOSTAC (Studi Kasus : Nailbysiska). *Pasinformatik*, 4(1).
- Hafsah, L. K., Nurainy, F., Utomo, T. P., & Zulferiyenni. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakery (Studi Kasus pada Usaha Nadia Roti). *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(2), 254–263.
- Hanafie, A., Haslindah, A., & A, F. Z. (2025). Penerapan Metode SWOT dan QSPM dalam Strategi Pemasaran Buket Bunga Terhadap Generasi Gen Z. *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis*, 3(2), 65–76.
- Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya. *Yos Soedarso Economics Journal*, 4(1), 1–11.
- Hapsari, I. M., & Sarwono, A. E. (2024). Dampak Kebijakan Pendapatan dan Laba Terhadap Biaya Admin: Survei pada Seller Shopee. *Journal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 23(2), 179–186.
- Hasibuan, K., & Cahyawati, A. N. (2024). Strategi Pemasaran Berbasis Analisis PEST dan SWOT untuk Peningkatan Penjualan di UMKM Kerajinan Kayu. *Jurnal Rekayasa Sistem Dan Manajemen*, 2(1), 111–126.
- Ilhadi, V., Karima, A., Afra, L., Ulya, A., Maulani, E., & Amna, K. (2024). PKM Strategi Pengembangan Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Digital Di

Gampong Kota Lhokseumawe. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 3(2), 421–429.

Indriarti, R., & Rachmawati Chaidir, N. (2021). Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk Merumuskan Strategi Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 20(1), 159–170.

Junaedi, D., Febriani, D. A., Rachmawati, R., Wahyuni, T. I., Ali, D. N., & Masruroh, N. (2025). Analisis Swot Pada Pemasaran Digital Menggunakan *Whatsapp Business*. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 6704–6709.

Karimah, A., Safinaturahmah, Akbar, F., & Samsudin, A. R. (2026). Pajak Transaksi *E-Commerce* Pada *Marketplace* Syariah: Tantangan Regulasi Dan Kepatuhan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah*, 7(3), 2878–2885.

Kemenperin. (2024). *Kemenperin Beberkan Capaian Program Pengembangan IKM*.

Kemenperin. (2025). *Didukung 4,52 Juta Unit Usaha, Menperin Optimistis IKM Percepat Dekarbonisasi Sektor Industri*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (15th ed., Vol. 37, Number 15). Pearson Education Limited.

Kristin, S., Kastaman, R., & Syahmurman, F. (2023). Strategi Pemasaran Pada Z&J Bakery Menggunakan Metode SWOT dan QSPM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 439–453.

Kurniawan, K. A., & Sutabri, T. (2023). Analisis SWOT Pemasaran Digital Menggunakan *Whatsapp Business* pada Asosiasi Pengusaha Pempek Palembang. *Jurnal Sistem Informasi*, 9(2), 77–84.

Kurniawati, R., Aulawi, H., & Rismawati, S. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dengan Metode *Business Model Canvas* (BMC) dan Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM). *Jurnal Kalibrasi*, 20(2), 93–101.

Maharani, S. A. (2026). Peran Digital Marketing dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk: A Systematic Literature Review. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(2), 2026.

- Mardianti, R. I. (2021). Strategi Penerapan Saluran Distribusi UMKM di Tangerang dalam Menghadapi Persaingan Bagi UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Utilitas*, 7(2), 39–43.
- Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim, Wardhana, A., K, I. G. N. J. A. W., Aprilia, H. D., Yusiana, E., Atika, & Ismail, R. S. (2021). *Manajemen Strategik*. CV. Media Sains Indonesia.
- Mewar, S., Reza, Riyadi, R., & Abu, I. (2025). Kajian Peran Pembayaran Digital pada Segiri Grosir Samarinda. *Jurnal Edueco*, 8(2), 590–601.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: (Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nugrohowati, D., & Pahlevi, R. W. (2024). Faktor penentu keputusan pembelian konsumen pada produk Wiu Bakery. *Academy of Education Journal*, 15(1), 599–611.
- Nurbaiti, E., Rismawan, A. N., Fuadah, S. L., Praya, M. H., Syifa, B. N., & Nugraha, J. T. (2025). Analisis Pengaruh Ulasan dalam Bisnis *Online* untuk Pembelian Barang. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*, 2(2), 397–407.
- Nurhidayah, K., & Suprihanti, A. (2026). Strategi Pengembangan UMKM Cokelat Makaryo di Kulon Progo Berbasis Pendekatan SWOT dan QSPM. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 21(1), 82–91.
- Prabowo, R. (2025). Kontribusi Industri terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 3(2), 55–57.
- Pratama, Y. A., Djabbar, H., & Syaefulloh, I. (2026). Konsistensi Desain Toko Dalam Perspektif Konsumen: Studi Pada Toko Roti Sidodadi. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 4(2), 107–117.
- Prihatna, N., Salsabila, Fatiyah, U., Syaefurohman, D., Vidiensyah, R. N., Firdaus, Y. A., & Deliana, R. (2025). Analisis Manajemen Strategis UMKM Pengolah Asin Jambal Roti dengan Metode Analisis PESTEL pada UMKM Jambal Roti Bu Encum. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–15.
- Purwanggono, C. J. (2025). *Manajemen Strategi*. PT Media Penerbit Indonesia.

Puspita, Y. B., & Nurhayati, S. F. (2025). Strategi Pemasaran Produk UMKM dengan Pendekatan Marketing Mix 7P dan SWOT: Studi pada Teh Kelor Arouma (Keloruma). *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(4), 101–113.

Putri, L. A. R., Hadisantono Hadisantono, Hanandoko, T. B., & Dewa, P. K. (2024). Perancangan strategi pemasaran di UMKM Bakpia Pathok Bu Susi. *Jurnal Teknik Industri Dan Manajemen Rekayasa*, 2(2), 124–136.

Ratnawati, A., & Sudrartono, T. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Toko Roti Sari Good Cimahi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(1), 125–136.

Raungku, A. A., Parani, S. B. D., Muzakir, & Auriza, M. Z. (2025). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. Zamzam Karya Sejati. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 22(2), 298–308.

Rianto, M. R., Handayani, M., Sulistyowati, A., Siti Komariah, N., & Sari, R. K. (2025). *Manajemen Strategik dan Implikasi Penelitian Metode SWOT*. PT. Pena Persada Kerta Utama.

S., Y., Effendy, R., Trisnasari, D., & Yusrianti. (2025). Efektivitas Penerapan Teknik Dekorasi Artistik Terhadap Peningkatan Daya Tarik Pembeli di Toko Bakery Donut Lylo Pinrang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(3), 350–360.

Saefulrahman, M. F., Ayesha, I., & Marliani, Y. U. (2025). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Kedai Kadatuan Koffie. *Journal of Social and Economics Research*, 7(1).

Safira, M., Indriany, Y., Sintesa, N., & Hidayat, A. C. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Slan Pizza Depok. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 3018–3030.

Saleha, Utomo, D. S., & T, L. O. A. S. (2025). Perancangan Strategi Pemasaran Produk Parfum Brand Y Melalui Tiktok Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Dalam Upaya Peningkatan Penjualan (Studi Kasus: PT. XYZ). *JATRI - Jurnal Teknik Industri*, 3(2), 54–64.

Sano, Hidayanti, D. M., & Suryani, F. A. (2025). *Strategi Pemasaran Digital UMKM Aviyah Olshop melalui Analisis SWOT Berbasis Whatsapp Business*. 11(02), 275–282.

- Saputri, S. D., & Priyono, B. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran 7P pada Warung Kelontong Madura di Kelurahan Perwira Bekasi Utara. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 43–50.
- Sarasati, F., Abadi, M., Kussanti, D. P., & Erlangga, C. Y. (2023). Strategi Marketing Mix UMKM Kota Bekasi pada Layanan Delivery Food Online. *Jurnal Public Relations-JPR*, 4(1), 37–42.
- Sarfika, R., Luthan, L., Pratiwi, W., Angraini, E., & Muliantino, M. R. (2024). Pelatihan Pemasaran Sebagai Upaya Optimalisasi Promosi Produk Bagi UMKM Buncha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(6), 6484–6494.
- Sari, M. N. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing Berbasis *Whatsapp Business* pada UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 137–144.
- Sari, R. P., Wahyuni, R. T., & Susianti, E. (2023). Workshop Foto Produk UMKM Sebagai Bagian dari Strategi Promosi di Media Sosial. *JITER-PM (Jurnal Inovasi Terapan - Pengabdian Masyarakat)*, 1(2), 53–60.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2021). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642.
- Sukron, A., & Jenada, A. P. (2026). Marketing Digital dan Dampaknya Terhadap Penjualan UMKM: Pendekatan Sosiologis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(4), 950–958.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2022). *Strategi Pemasaran* (Vol. 14, Number 3). UIR Press.
- Supriadi, A. (2025). Peningkatan Kapasitas Digital Marketing Bagi Umkm Melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS)*, 2(1), 627–640.
- Syaifudin, M., Dahda, S. S., & Ismiyah, E. (2022). Usulan Strategi Pemasaran di UMKM Mianmo Skin Beauty dengan Metode SWOT dan QSPM. *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 2(3), 362–369.
- Syukri, A. U., & Sunrawati, A. N. (2022). Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170–182.

Wahyuni, N. M. A., Wirga, I. W., & Asta, N. P. R. N. (2025). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial pada UMKM Nyarikkopi Melalui Pendekatan Analisis Swot. *Netizen: Journal Of Society And Bussiness*, 1(9), 235–258.

Wang, W. G., Kho, K., Sunjaya, R., Zhang, W., & Ardiansyah, M. (2021). Penggunaan Media Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Umkm Bidang Kuliner. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 36–42.

Wiguna, A. A., Ardi, A. N. Al, Saadillah, D., Mayasari, F., Hardiyani, R., Andriyanto, D., & Azizah, N. (2025). Strategic Digital Marketing Innovation for Sustainable Growth of Traditional Food MSMEs in Indonesia. *Journal of Business Management*, 3(2), 167–173.

Yuliana, R., Sutomo, M., Nuriasanti, I., & Wirastuti, W. (2024). Strategi Digital Marketing Melalui *Marketplace* Pada UMKM CV. Rapoviaka Simple. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 38–45.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. CV ANDI OFFSET.

Yuwafi, K., & Hussein, A. S. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran *Online* Menggunakan Pendekatan Swot-Ahp Untuk Memperoleh Alternatif Strategi Prioritas. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(1), 13–22.

