

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Formen, A. (2023). Penggunaan Matrik IFAS dan EFAS untuk Analisis SWOT Sarana dan Prasarana di Satuan PAUD. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora (Isora)*, 1(2), 47–60. Retrieved from <https://isora.tpublising.org/index.php/isora>
- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v1i1.256>
- Dani Umbara, B., & Faqih Supandi, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(2), 86–103. <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1584>
- Dewi, P. J. S., Fahmi, M. I., Herachwati, N., & Agustina, T. S. (2022). Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tritik Kabupaten Nganjuk Berbasis Analisis SWOT. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 193–203. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i1.1370>
- F., R., Santoso, B., & Dewi, E. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot Pada Mini Market Di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 301. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.25891>
- Fitri, N., Tan, S., & Umiyati, E. (2022). Analisis pendapatan pengusaha industri rumah tangga batik di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 303–314. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.13717>
- Hadi, A. S. (2021). The influence of product attribute, promotion mix, distribution channel, and price toward repurchase intention on iPhone. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 95–104.

<https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art2>

- Hari nugrogo. (2022). Analisis Strategi Pemasaran P4 Dan Swot Pada Aplikasi Akulaku. *Analisis Strategi Pemasaran P4 Dan Swot ...*, 2022. Retrieved from [http://eprints.umsida.ac.id/11934/1/STRATEGI PEMASARAN P4 DAN SWOT AKULAKU.pdf](http://eprints.umsida.ac.id/11934/1/STRATEGI_PEMASARAN_P4_DAN_SWOT_AKULAKU.pdf)
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Istiana, Y., Utami, S. N., Randi, M. J., & Adita, M. D. (2022). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Produk Olahan Ikan (Studi Kasus UMKM Sari Ulam Kota Tegal). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(4), 2508–2515. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3845/http>
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>
- Julitawaty, W., Willy, F., & goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56. Retrieved from <https://www.ejournal.pmci.ac.id/index.php/jbk/article/view/47>
- Khairul Muna, Khairatun Hisan, & Fahriansah. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 31–52. <https://doi.org/10.32505/jim.v2i2.2640>
- Khanna Nailil Muna, & Malika Indah Nur Ismaya. (2023). Strategi Pengendalian Biaya Produksi Pada Operasional Manufaktur Yang Efektif. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 197–203. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.182>
- Khoiriyah, F., Imamah, N., & Fattah, A. (2021). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Pesaing dan Inovasi terhadap Pendapatan Pengrajin Reog di Ponorogo.

- Bharanomics*, 1(2), 61–66. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v1i2.154>
- Ko41... (2017). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8. Retrieved from <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- Kristiyana, N., & Rapini, T. (2017). Dinamika Usaha Pengrajin Reog Ponorogo. *Al Tijarah*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v3i1.939>
- Mukhlas, A. arif. (2021). Konsep Kerjasama Dalam Ekonomi Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 1–19. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i1.195>
- Naufal Eryogia, K., Diah Cahya Utami, K., Siti Aqiilah Sundari, D., Nadhifah Bintang, A., & Dharma Wibisana, W. (2024a). Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food. *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, 2(2), 105–118.
- Naufal Eryogia, K., Diah Cahya Utami, K., Siti Aqiilah Sundari, D., Nadhifah Bintang, A., & Dharma Wibisana, W. (2024b). Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food. *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, 2(2), 105–118. Retrieved from <https://doi.org/10.59603/ebisman.v2i2.403>
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Nurfaidah, G D S, Nasution, R. D., Hilman, Y. A., & ... (2024). Upaya Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Resiliensi Pengrajin Reyog di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Nasional ...*, 14(April), 65–79.
- Nurfaidah, Galuh Diah Salsa, Nasution, R. D., Hilman, Y. A., & Ridho, I. N. (2024). Upaya Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Resiliensi Pengrajin

- Reyog di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 14(1), 65–79.  
<https://doi.org/10.22146/jnp.94904>
- Oribel, F., Izaak, W. C., Eka, F. A., Mawarni, N. D., Rosyidah, F. I., & Putra, N. P. (2022). Optimalisasi Media Promosi Digital Sebagai Strategi Pemasaran Wisata Terpadu Umkm Kendangsari, Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 175–181.  
<https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3684>
- Perkasa, R. D., Sitorus, N., & Siregar, A. W. (2024). Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Makmur Mandiri. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(3), 884–897. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i3.912>
- Prima, Y., Sabihaini, S., & Ghofar, A. (2022). Cost Leadership Strategy and Differentiation Strategy Mediate the Effect of Entrepreneurship Orientation on the Performance of Batik Lendah SMEs. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(1), 49–57. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v10i1.7182>
- Rahayu, S., Muhairah, N. Al, & Nazipawati. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Masa Pandemi COVID-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2217–2230.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rambe, D. N. S., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 1(2), 90–95.
- Rasta, J., Pohan, T. D., & Nurbaiti, N. (2024). Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada Mcdonald's. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 32–36.
- Riantoro, D., & Aninam, J. (2021). Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Hutan Bakau Kormun Wasidori Arfai di Manokwari. *Lensa Ekonomi*, 15(01), 15. <https://doi.org/10.30862/lensa.v15i01.146>
- Rusdi, R., Amiani, A., & Murjana, I. M. (2022). Pengaruh Media Sosial, Ecommerce Dan Website Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Tenun Di



- Lombok Tengah. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 81–92. <https://doi.org/10.69503/econetica.v4i2.312>
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & ... (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 7524–7532. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/7422/6136>
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di Pt. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.31000/jim.v6i1.4117>
- Trisihnyo, A. (2018). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Baru Motor Sport (Bms) Samarinda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*, 12(1), 1–9.
- Wijaya, S., & Adriansyah, A. A. (2020). Efektivitas Pelaksanaan Marketing Mix 9P Terhadap Kepuasan Pelayanan Klinik Rawat Jalan Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr. Soetomo*, 6(1), 28. <https://doi.org/10.29241/jmk.v6i1.279>
- Yulianingsih. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Umkm Melalui Pendekatan Faktor Internal Dan Faktor Eksternal. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(1), 98–108.
- Yusril, M. (2024). ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX (4P) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MOBIL PADA PT. BRI MULTIFINANCE INDONESIA BANJARMASIN. *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Zamroni, N. (2021). ANALISIS KELAYAKAN ASPEK FINANSIAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PENGRAJIN REYOG PASCA DIBANGUNNYA SENTRA INDUSTRI DI KABUPATEN PONOROGO Publikasi. *NBER Working Papers*, 89.