

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V., Mustafa, S., Lastri, N., Hartutik, D., & Musdiana, A. D. (2024). Literature Review: Strategi Pengembangan Umkm. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9456–9462.
- Afrizal, Siti, N., Nabillah, Alifia, & Sherly. (2026). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Menghadapi Krisis Ekonomi Global. *Ascendia: Journal of Economic and Business*, 1(3).
- Ahmad, A. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Roti Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Annisa Bakery Lerpak). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, 8(2), 477–486. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2676>
- Alfani, M. (2022). Perancangan Strategi Pengembangan Bisnis Industri Jeans Pada Ukm X Menggunakan Analisis Swot. *Matrik: Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi*, 23(1), 19. <https://doi.org/10.30587/Matrik.V23i1.3358>
- Ali Samsuri. (2022). Sinergisitas Bank Indonesia Kantor Perwakilan Kediri Dalam Pengembangan Umkm. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 141–166. <https://doi.org/10.35891/ML.V13i1.2918>
- Anafarhanah, S. (2019). Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis Dan Dakwah. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 18(1), 81. <https://doi.org/10.18592/Alhadharah.V18i1.2999>
- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Corporate Social Responsibility Pt. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V6i3.1411>
- Arianto, B. (2024). Penguatan Bisnis Digital Berbasis Ekonomi Hijau Bagi Pengembangan Umkm Desa Suka Indah Kabupaten Serang. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 244–249.
- Barima, H., Melani, F., Rachindratama, J., & Azizah, U. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Toko Zaabai Craft. *Perwira Journal Of Economics & Business*, 3(2), 80–89. <https://doi.org/10.54199/Pjeb.V3i2.192>
- Berliandaldo, M., Wijaya Holman Fasa, A., Kholiyah, S., Chodiq, A., & Hendrix, T. (2021). Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Analisis Kebijakan*, 4(2), 54–73. <https://doi.org/10.37145/Jak.V4i2.468>

- Cristanto, G. D. (2022). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha UMKM (Studi Kasus di Desa Pulosari, Kecamatan Batanghari Nuban). Skripsi, IAIN Metro.
- Damayanti, S. I. (2014). Perkembangan Desain Busana Muslim Dalam Tinjauan Sosiologis. *Corak*, 3(1). <https://doi.org/10.24821/Corak.V3i1.2344>
- Daulay, A. S., & Harahap, R. D. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Digital Dalam Mendukung Industri Fashion Halal Indonesia. *Al-Manhaj Jurnal Hukum Dan Pramata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042. <https://doi.org/10.37680/Almanhaj.V5i1.2918>
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible*, 1(1), 79–95.
- Fhadia Nur Baiti, Eka Putri Widyawati, Alfiya Farhah, Gusti Alif Aprilita, Nurul Arifin, & Rossi Dwika Heryani. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Umkm Pada Usaha Roti Anget Di Kabupaten Bogor. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 112–124. <https://doi.org/10.59246/Muqaddimah.V1i1.81>
- Hidayah, R., Farid, E. S., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana. *Jurnal Ema*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.51213/Ema.V8i1.316>
- Hilmiyah, N., Erwin Permana, Iha Haryani Hatta, & Murti Widyaningsih. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid—19. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 226–245. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i2.3391>
- Ibrahim, S. S., & Huda, A. S. (2025). Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Al-Qur'an dan Hadits: Relevansinya terhadap UMKM di Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(8), 2609–2629.
- Isfanyah, H. A., & Widodo, A. (2024). Pengaruh marketing mix 4P (product, price, place, promotion) JNE terhadap loyalitas pelanggan JNE melalui variabel intervening kepuasan pelanggan JNE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(2), 1195–1214. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.55686>
- Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.

- Jange, B., Idie, D., Taufan, A., Pattiran, M., & Tindage, J. (2024). Peran Teknologi Inovatif dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional di Manajemen Ekonomi: Tinjauan Literatur yang Kritis. *Jurnal Tinjauan Pendidikan dan Pengajaran (JTTP)*, 7(1), 216–221.
- 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*.
- Julia, M., & Jiddal Masyrurroh, A. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395. <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V3i4.895>
- Kamilia, N., & Setiyarini, T. (2021). Strategi Pengembangan Produk Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) pada Industri Rumahan Kerupuk Udang Kwanyar. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(3), 291–298.
- Khoirudin, I. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Busana Muslim Di Kota Surakarta. *Seminar Nasional Hbisintek*, 4(1), 844–848.
- Kuswoyo. (2018). Analisis Strategi Bisnis dengan SWOT pada Ana Fashion. *Journal of Management*.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 220. <https://doi.org/10.35329/Jalif.V8i2.4514>
- Made Ayu Alivy Khumaira, Arin Oktavia Ramadanti, Diana Putri Damayanti, Ovia Putri Rahmadani, Rusdi Hidayat, & Maharani Ikaningtyas. (2024). Strategi Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis. *Cemerlang : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 277–287.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4P (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79–86. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997> <https://doi.org/10.55606/Cemerlang.V4i2.2830>

- Mannan, A., & Ratih, I. S. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM. *IZZ: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 133–147.
- Moko, W., & Wulandari, D. D. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Busana Cloura Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dan QSPM Matriks. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 1(1), 1–12.
- Nurmalasari, N., dkk. (2024). Pengaruh marketing mix (product, price, promotion & place) terhadap minat beli produk oleh konsumen pada Jambi Night Market. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/27434>
- Pamungkas, B. J., Ruwana, I., & Priyasmanu, T. (2023). Fundamental strategi pemasaran: Marketing mix 4P to 4A. *Jurnal Analisis Lingkungan Hidup*. <https://e-jurnal.iims.ac.id/index.php/JALHu/article/download/162/93>
- Permana, E., & Herlan, H. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Di Sentra Ukm Fashion Bulak Timur, Kota Depok. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 11(1), 20–35. <https://doi.org/10.33059/jmk.v11i1.4368>
- Pradana, M. D. (2021). Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Kasus pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas). *Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28.
- Ramadhan, R. K., & Rohman, A. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM Warung Sate Mbah Jo di Desa Lowayu, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022a). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 129–140. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V5i1.653>
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022b). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada Almeera Moslem Store Bogor*. 5(1).
- Salim, A. (2018). Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 4(1), 57–74. <https://doi.org/10.36908/Isbank.V4i1.55>

- Sari, I. D. P., Aqilla, A., Auliya, Z., & Afando, I. E. (2026). Analisis SWOT sebagai Penentu Strategi Persaingan pada UMKM Banana Crunchy. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 239–248.
- Sianturi, P. W., Fauziah, S., Sahira, S., Kelaury, S. A., Aditya, F., & Sihombing, D. (2025). Strategi Pengelolaan Produksi dalam Industri Kerupuk Opak: Efisiensi Bahan Baku, Tenaga Kerja, dan Reduksi Pemborosan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan UMKM. *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112.
- Siregar, H. M., Fahani, T. A., & Hayati, F. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Laundry Dalam Menghadapi Persaingan. 18(1), 919–924. <https://doi.org/10.46306/Jbbe.V18i1>
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich's Coffe. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.35906/Equili.V11i1.969>
- Sulistiyo, A., & Nasution, U. H. (2022). Dampak Perencanaan Kebutuhan dan Pengelolaan Persediaan Bahan Baku terhadap Kelancaran Proses Produksi di PT. Lestari Alam Segar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 18–30.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls)*, 5(3), 110–116.
- Surtinah, S. (2025). Pengelolaan Karyawan dan Manajemen Strategis sebagai Kunci Pengembangan UMKM: Studi Kasus UMKM UD. Monik Banjarmasin. *Research Community Development Journal*, 5(4), 4206–4212.
- Syahidin, S., & Ramadhan, M. (2022). Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. *Gajah Putih Journal Of Economics Review*, 4(1), 43–53. <https://doi.org/10.55542/Gpjer.V4i1.211>
- Syaifudin, A. (2022). Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 41–46. <https://doi.org/10.51747/Ecobuss.V10i1.919>

- Tan, H., & Putra, E. (2025). Optimalisasi Digital Marketing dan Strategi Pemasaran untuk Pengembangan UMKM pada Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 577–583.
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/Afeksi.V5i2.236>
- Wiyanda Vera Nurfajriani, M. W. I. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10, 826–833. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.13929272>
- Yusnita, R. T., & Pebrianti, D. (2020). Analisis Volume Penjualan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Home Industry Kerajinan Tas Mandiri Olshop Rajapolah. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(1), 12–30. <https://doi.org/10.36423/Jumper.V2i1.648>

