

DAFTAR PUSTAKA

- Angelicia, A., Santoso, S., dan Siahaan, H. 2024. Analisis Strategi Penjualan dalam Menjaga Stabilitas Pendapatan Restoran Padang di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Sistem Informasi dan Manajemen (JASDIM)*. 5(2): 45-56.
- Alfarisy, F., Hakim, L., dan Utami, P. 2021. Digital transformation and market penetration strategy among SMEs. *Journal of Business & Management*. 12(3): 145–158.
- Bening, S., A., Dachyar, M., Pratama, N., R., Park, J., dan Chang, Y. 2023. E-Commerce Technologies Adoption Strategy Selection in Indonesian SMEs Using the Decision-Makers, Technological, Organizational and Environmental (DTOE) Framework. *Sustainability*. 15(12): 9361.
- Cipta, H. dan Hatamar. 2020. *Buku Analisis SWOT: Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia*. Bangka Belitung: Shiddiq Press.
- David, F. R. 2019. *Manajemen Stratejik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Febrianti, O. V. dan M. Susan. 2014. Usulan Alternatif Strategi PT. X Menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). *E-Journal Graduate Unpar*. 1(1): 1-12.
- Freddy, R. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gustami, A. R., Fitriana, D., dan Rahman, A. 2024. Inovasi Produk sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Management Science and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. 5(1): 112–121.
- Hariyanto, H., Suharto, S., dan Erlangga, H. 2024. *Entrepreneurship: Manajemen Strategi untuk Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Buku Beta.
- Hidayat, R., Pratama, S., dan Widodo, A. 2021. Peran konten digital terhadap brand awareness UMKM. *Jurnal Pemasaran Digital*. 5(2): 112–124.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Ed 12th. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller K. L. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lafirlaz, R. A. 2024. Sehat Bersama Wedang Secang. Yogyakarta: Dinas Kesehatan Kulon Progo. Internet. Available from: <<https://dinkes.kulonprogokab.go.id/detil/353/sehat-bersama-wedang-secang>> Diakses pada 28 Maret 2024.

- Latif, A. dan Sofyan, I. 2022. Training effectiveness in improving MSME digital marketing capabilities. *Journal of Entrepreneurship Education*. 25(4): 1–12.
- Lestari, D. dan Wibowo, A. 2023. Analisis strategi pengembangan usaha kuliner menggunakan matriks IFE, EFE, dan IE. *Jurnal Manajemen Strategis*. 8(2): 112–123.
- Marbun, A., dan Girsang, L. 2023. Pemanfaatan marketplace dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*. 7(1): 45–56.
- Musneh, M., Ahmad, A., dan Latif, M. 2023. A review Innovation and its Strategic Importance to the Growth of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*. 8(7): 1-12.
- Mustofa, Y., Siti, N., Agustin, E., dan Sahedy, N. 2011. Strategi Efektif untuk Pengembangan Bisnis UKM Yogyakarta di Pasar Internasional: Studi Kasus UKM Wedang Uwuh Bu Yani. *Jurnal Manajemen*. 1(1): 41-49.
- Nirmal, N. P. Rajput, M. S., Prasad, R. G. S. V., Ahmad, M. 2015. Brazilin from *Caesalpinia sappan* heartwood and its pharmacological activities: A review. *Asian Pacific Journal of Tropical Medicine*. (6): 421-430.
- Nugroho, A., dan Santoso, R. 2023. Pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*. 4(3): 201–215.
- Nurchahyo, R., Wibowo, A., dan Basuki, A. 2023. Impact of digitalization on SMEs performance and competitive advantage. *Journal of Small Business Strategy*. 33(1): 72–89.
- Nurjanah, I. dan Firmansyah, D. 2023. Dampak Fluktuasi Harga Bahan Baku terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Pangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 9(2): 101–112.
- Pearce, J. A. dan Robinson, R. B. 2014. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- Pratama, R. dan Hidayat, A. 2022. Perubahan Tren Konsumen dan Implikasinya terhadap Strategi Inovasi Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 12(1): 55–66.
- Pratiwi, L. dan Nugroho, S. 2023. Pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*. 6(2): 77–89.
- Putri, A. dan Santoso, B. 2023. Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. 5(2): 101–113.
- Putra, I., dan Adinata, K. 2021. Pemanfaatan analitik digital dalam pengambilan keputusan pemasaran UMKM. *Journal of Digital Commerce*. 3(1): 67–78.

- Pramudita, S. dan Handayani, T. 2023. Strategi pertumbuhan UMKM makanan ringan melalui pendekatan matriks IE dan SWOT. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*. 5(1): 55–67.
- Rahmawati, M., Kartini, Irna, R. A., Nainggolan, Y. T., Ayuningtyas, N. dan Jsmine, N. A. S. 2025. Transformasi Digital untuk UMKM Tangguh: Peran PKK dalam Edukasi Pemasaran Digital, Literasi Keuangan, dan Legalitas Produk. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*. 6(3): 4406-4415.
- Rahman, F. dan Dewi, L. 2022. Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan brand awareness dan loyalitas konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 14(1): 55–67.
- Rangkuti, F. 2021. *Analisis SWOT: Teknik Membedah kasus Bisnis Cara Prhitungan Bobot, Rating, dan OCAL*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto dan Hatmawan. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rusita, Y. D., Nutrisia A. S., dan Indri K. D. 2018. Pengembangan Formula Wedang Secang sebagai Minuman Kemasan Rendah Kalori. *Jurnal Terpadu Ilmu Kesehatan*. 7(1): 01-100.
- Rustandi, D., Sulastris, E., dan Maulana, R. 2022. Digital entrepreneurial marketing dan performa UMKM. *Indonesian Journal of Social Technology*. 2(4): 55–65.
- Sari, M. dan Nugroho, D. 2022. Integrasi Media Sosial Dan Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan UMKM. *Jurnal Bisnis Digital*. 4(2): 88–99.
- Sari, F., dan Rahayu, N. 2022. Pelatihan digital marketing untuk peningkatan kapasitas UMKM. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan*. 6(2): 133–142.
- Setiawan, H., Yuliana, D., dan Nuraini, F. 2023. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Penguatan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengembangan Ekonomi dan Kewirausahaan*. 8(3): 210–220.
- Shultz, J. W. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Alih bahasa Buchari Alma. CV. Alfabeta. Bandung.
- Simamora, V. 2022. *Buku Ajar Manajemen Strategis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sipayung, R., Harahap, D., dan Pratama, A. 2023. Digital skills training and SMEs resilience in dynamic market environments. *International Journal of Entrepreneurship Research*. 8(2): 55–67.
- Sudiantini, D., Wulandari, F., dan Rahayu, E. 2023. Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Kesuksesan UMKM di Sektor Perdagangan. *Majalah Ilmiah Manajemen (MAJIM)*. 11(3): 55-66.

- Sudarsono, H. 2020. *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhirman dan Yusuf. 2019. *Penelitian Kuantitatif Sebuah Panduan Praktis*. Nusa Tenggara Barat: UIN Mataram.
- Syaifullah. 2010. *Pengenalan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process)*. Wordpress.
- Tuan, L. N. 2025. The Interplay Of Internal and External Dynamics in Corporate Strategic Analysis: The value of EFE and IFE matrices. *Multiresearch Journal*. 5(4): 1405-1411.
- Teece, D. J. 2018. Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*. 51(1): 40–49.
- Tidd, J. danessant, J. 2020. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Willey & Sons.
- Tompunu, D., Agus, S., dan Indrie, D. 2023. Strategi Pemanfaatan *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Pembelian Konsumen pada *Stray Store* Manado. *Jurnal EMBA*. 11(4): 686-694.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., dan Davis, F. D. 2021. User Acceptance of Information Technology Revisited: Toward a unified view. *MIS Quarterly*. 45(1): 425–478.
- Wahyudi, T., dan Lestari, D. 2020. Tantangan UMKM dalam implementasi digital marketing. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*. 8(1): 89–101.
- Yudiaris, I. 2015. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(1).