

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*, (2022), dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>. [Diakses pada 17 november 2022.]
- [2] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi*, (2022), dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi>. [Diakses pada 18 november 2022.]
- [3] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. *Indonesia Produsen Alas Kaki Terbesar Keempat Di Dunia*, (2019), dari: <https://kemenperin.go.id/artikel/20539/Indonesia-Produsen-Alas-Kaki-Terbesar-Keempat-Di-Dunia>. [Diakses pada 19 Januari 2023]
- [4] P. Wirdanti. *Pesanan Sepatu di Jatim Dipangkas 50 Persen, PHK Menghantui Karyawan?*, (2023). dari: <https://surabaya.bisnis.com/read/20230117/532/1619003/pesanan-sepatu-di-jatim-dipangkas-50-persen-phk-menghantui-karyawan>. [Diakses pada 22 Februari 2023.]
- [5] I. G Dana, I. M Suci. *Analisis Faktor-Faktor yang Menjelaskan Penurunan Penjualan Produk BUMdes di Kabupaten Karangasem*, Vol. 11, No. 3, September-Desember 2021
- [6] Lavinda. *9 Strategi Promosi Penjualan yang Efektif di Era Digital*, (2022), dari: <https://www.jurnal.id/id/blog/5-strategi-promosi-penjualan-yang-efektif-di-era-digital/>. [Diakses pada 28 Mei 2023.]
- [7] A. M Rafli. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Usaha Akan Berhasil atau Gagal*, (2022), dari: <https://www.jurnal.id/id/blog/jelaskan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-usaha-sbc/>. [Diakses pada 28 Maret 2023.]
- [8] Detik Jabar. *Analisis SWOT Adalah: Contoh, Faktor, dan Tujuannya*, (2022), dari: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6198162/analisis-swot-adalah-contoh-faktor-dan-tujuannya>. [Diakses pada 28 Februari 2023]
- [9] Aderafiansyah. *QSPM-Quantitative Strategic Planning matrix*, (2014), dari: http://aderafiansyah.blogspot.com/2012/10/qspm-quantitative-strategic-planning_31.html. [Diakses pada 1 April 2023.]
- [10] U. Setyaini, “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novitha di Kelurahan Kaniten Kabupaten Ponorogo,” M.S. Thesis, Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo 2020.
- [11] A. P. Laksmi, “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM pada UD Garuda Jaya”, M.S. Thesis, Institut Teknologi Telkom, Surabaya, 2023.

- [12] T. H. Suryatman, Muhamad Engkos Kosim, Galuh Eko S. *Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry*, Vol. 6, No. 1, Februari 2021.
- [13] M. Syaifudin, S S Dahda, E Ismiyah. *Usulan Strategi Pemasaran Pada Produk Tas ransel di UKM UD.Risllin Dengan Metode SWOT dan QSPM*, Volume 2, No. 4, 2021.
- [14] M. Fajri, A. Hipni, M. Mutia. *Strategi Pengembangan Home Industry Dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM Studi Kasus Industri Sepatu, Sandal Etnik dan Kulit di CV. Deallova Nusantara Hs*, Vol. 2, No. 2, hal. 185-196, 2022.
- [15] R. T. Kusumah, H. Suryana. *Model Analisis SWOT dan QSPM Dalam Pemilihan Strategi Pemasaran Distro Botrock Cianjur*, Seminar Nasional IENACO, 2018.
- [16] I. Nurjana, “Anaisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan CPO Pada PT. Sapta Sentosa Jaya Abadi Medan,” M.S. Thesis, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2017.
- [17] D. Mumpuni, “Analisis Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap,” M.S. Thesis, Universitas Muhammadiyah, Purworejo, 2013.
- [18] U. Hidayati, “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu),” M.S. Thesis, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018.
- [19] M. Ramdhan, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM di Kota Makassar (Studi Kasus kelompok PKL Di depan Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar),” M.S. Thesis, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2022.
- [20] I. Suryati. *Pengaruh Ukuran Usaha dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Jasa atau Pelayanan Laundry Di Kecamatan Makassar Tahun 2019*, Vol.1, No.1, Januari 2021.
- [21] R. Rachmawati. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*, Vol. 2, No. 2, Mei 2014.
- [22] D. Untari, D. E. Fajariana. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*, Vol. 2 No. 2 September 2018.
- [23] Universitas Ciputra, *Bauran Pemasaran 7P Sebagai Bagian Strategi Pengembangan Bisnis*, (2023), dari: <https://www.uc.ac.id/en/bauran-pemasaran-7p-sebagai-bagian-strategi-manajemen-bisnis/>. [Diakses pada 21 Agustus 2023.]
- [24] Impact, *Analisis dan 4 Manfaat Porter Five Forces Bagi Perusahaan*, (2023), dari: <https://www.impactfirst.co/id/c/porter-five-forces>. [Diakses pada 23 Agustus 2023.]
- [25] M. A. Pasigai. *Pentingnya Konsep Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*, Vol.1, No. 1, Januari – April 2014.

- [26] K. Ningsi, Hamamah. *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) Buah Naga Organik (Hylocereus Undatus)*, Volume 17, No.2, 2020.
- [27] Mashuri, D. Nurjannah. *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)*, Vol.1, No.1: 97-112, April 2020.
- [28] P. Diji. *Matriks Internal Eksternal (IE)*, (2014), dari: <http://lingkarlsm.com/matriks-internal-eksternal-ie-2/>. [Diakses pada 28 mei 2023.]
- [29] R. Indriarti. N.R. Chaidir. *Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Merumuskan Strategi Bisnis*, P-ISSN E-ISSN : 1412 – 6613 : 2527 – 457, Januari 2021.
- [30] A. Heryana. *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*, Vol 1, No. 1, December 2018.
- [31] Universitas Pasundan. *Informan Penelitian*, (2019), dari: <http://repository.unpas.ac.id/28874/2/BAB%20III>. [Diakses pada 9 Juni 2023.]
- [32] Mekari Qontac. *Pengertian Analisis Kompetitor, Tujuan, Manfaat dan Cara Membuatnya*, (2022), dari: <https://qontak.com/blog/cara-membuat-analisis-kompetitor/>. [Diakses pada 12 Juli 2023.]
- [33] Gentles, S. J, C. Charles, J. Ploeg, K.A McKibbin. *Sampling in qualitative research: Insights from an overview of the methods literature*. The Qualitative Report 20, no. 11 (2015): 1772.
- [34] Freddy, “Penerapan Strategi Pemasaran Pada UMKM Melalui Metode Analisis SWOT (Studi Pada Toko Pakaian Sukli Fashion di Pasar Petisah Medan),” M.S. Thesis, Universitas Sumatera Utara, 2016.
- [35] H. H. Sari, “Strategi Pemasaran Berdasarkan PLC dan SWOT Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM Tahu (Pada UKM Tahu Mudji dan UKM Tahu Hosen Kecamatan Sukowono),” M.S. Thesis, 2020.
- [36] M. Ali, “Analisis SWOT Dalam Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Grand Celino Hotel di Makassar”, M.S. Thesis, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2019.
- [37] R. Padli, “Implementasi Bauran Pemasaran Pada Hotel Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta,” M.S. Thesis, 2018.
- [38] H. A. Proyagee, “Analisa Marketing Mix PT. Anugerah Gala Persada,” M.S. Thesis, Universitas Ciputra, Surabaya, 2016.
- [39] F. C. Pratama. *Porter’s Five Forces : Lima Hal Sebelum Bersaing*, (2020), dari: <https://binus.ac.id/malang/2020/08/porters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing/>. [Diakses pada 10 Oktober 2023.]
- [40] Universitas Medan Area. *Analisis Porter Five Force – Definisi serta Penjelasan*, (2022), dari: <https://lp2m.uma.ac.id/2022/10/14/analisis-porter-five-force-definisi-serta-penjelasan/>. [Diakses pada 10 Oktober 2023.]

- [41] Z. U. Rizqi, R. D. A. Purba, R. R. Nugroho. *Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas*, Seminar Nasional IENACO, 2019. ISSN : 2337 – 4349.
- [42] H. Setyorini, M. Effendi, I. Santoso. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang)*, Vol. 5 Nomor 1: 46-53, Maret 2016.
- [43] Sampoerna University. *Strategi Pengembangan Produk: Pengertian Tujuan dan Struktur*, (2022), dari: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengembangan-produk/>. [Diakses pada 31 Oktober 2023.]
- [44] N Destiana. *Loyalitas Pelanggan: Kenali Indikator dan Cara Membangunnya*, (2022), dari: <https://majoo.id/solusi/detail/indikator-loyalitas-pelanggan>. [Diakses pada 1 November 2023.]
- [45] L. Olga, F. Arman. *Analisis Metode Swot Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Untuk Memenangkan Persaingan (Studi Kasus Di PT. X)*, Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian, Agustus 2020.
- [46] N. W. E. S. Anggreni. *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kabupaten Buleleng*. Vol. 10 No. 2 Tahun 2018.
- [47] Binus University, *IFAS-EFAS Untuk Strategy Planning*, (2021), dari: <https://sis.binus.ac.id/2021/02/05/ifas-efas-untuk-strategy-planning/>. [Diakses pada 20 November 2023.]
- [48] V. H. Secapramana. *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*. Vol. 9, No. 1, September 2020.