

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, P., & Tushman, M. L. (2017). Technological discontinuities and dominant designs: A cyclical model of technological change. *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 617–644.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Bappenas. (2023). *Profil generasi muda Indonesia 2023: Pola konsumsi dan preferensi produk lokal*. Kementerian PPN/Bappenas. <https://www.bappenas.go.id>
- Djunita, R., Pasaribu, A. R., & Rahayu, S. D. (2023). Revamping *Business* strategy using *Business Model Canvas* (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis*, 12(1), 35–48.
- Firmansyah, R. (2022). Penerapan bauran pemasaran dalam bisnis kuliner lokal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 125–136.
- Handari, D., & Kurniawan, E. (2021). Penggunaan kuesioner online pada riset UMKM. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(1), 45–60.
- Harto, B., Pramuditha, P., Marhanah, S., Juliawati, P., & Rukmana, A. Y. (2025). Mendorong kesuksesan transformasi digital UMKM ADZ Craft melalui harmonisasi digital. *Jurnal IKRAITH-Abdimas*, 9(1), 202–208. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i1>
- Hasanah, Y. N., dkk. (2023). Pemanfaatan Platform Digital Delivery DKampus pada Komunitas UMKM F&B Footy Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Telkom University*, 4(2), 80–88.
- Hasanah, Y. N., Widodo, A., Setyorini, R., Pangarso, A., & Umbara, T. (2022). Pengembangan toolkit standarisasi UMKM catering dan kuliner bagi UMKM food community Bandung. *Riau Journal of Empowerment*, 5(1), 25–36.
- Hery. (2023). *Memahami laporan keuangan dan analisisnya* (4th ed.). Salemba Empat.
- Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan* (2nd ed.). Raja Grafindo Persada.

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan kinerja UMKM Indonesia 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan sektor industri makanan dan minuman 2022*. <https://kemenperin.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3). <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nugroho, A., Sari, D. P., & Fitriani, F. (2021). Analisis preferensi konsumen generasi milenial terhadap produk camilan lokal di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 45–60. <https://doi.org/10.2139/jmb.2021.1502>
- Nurmala, R. (2022). Industri makanan dan minuman sebagai pilar ekonomi nasional. *Economic Review Journal*, 30(1), 45–52. <https://doi.org/10.56789/erj.2022.30145>
- OECD. (2021). *SME and entrepreneurship outlook 2021*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/97a5bbfe-en>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Prasetyo, A., Rahman, D. A., Sarya, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2022), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Purba, A. R. S., & Balqiah, T. E. (2024). Digitalization of SMEs to survive amid the pandemic. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 24(1), 71–83. <https://doi.org/10.25124/jmi.v24i1.6948>
- Rainaldo, A. (2017). Pemanfaatan *Business Model Canvas* dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 88–97.
- Statista. (2023). *Indonesia snack food market value 2024 forecast*. Retrieved from <https://www.statista.com>

- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulasih, S., Novandari, W., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2024). Use of social media marketing among MSMEs: Driving and inhibiting factors. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 24(1), 21–29. <https://doi.org/10.25124/jmi.v24i1.5475>
- Sulastri, D., & Isyanto, P. (2024). Penerapan strategi *Marketing Mix* 4P pada UMKM rumahan. *Jurnal Manajemen UKM*, 12(1), 30–39.
- Suryana, Y. (2020). *Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik, perilaku, dan pengembangan UMKM*. Salemba Empat.
- Suryono, H. G. P., & Wibowo, A. P. (2024). Understanding consumer purchase intention in cloud gaming: The role of perceived risk, ease of use, and trust. *The International Journal of Business Review*, 7(2), 45–56.
- Suryono, R. R., Harahap, Y., & Fauziah, D. (2024). Perceived trust dan ease of use dalam niat beli digital generasi Z. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Bisnis*, 8(2), 77–89.
- UNDP. (2023). *Sustainable development goals report 2023: Indonesia's progress*. United Nations Development Programme. <https://www.id.undp.org>
- Wichmann, J., Müller, A., & Schwarz, T. (2022). Evolution of the *Marketing Mix* in digital era. *International Journal of Marketing Studies*, 14(4), 22–34.
- Wichmann, J., Müller, M., & Schmidt, K. (2022). The evolving role of the *Marketing Mix* in digital consumer behavior. *European Journal of Marketing Science*, 54(3), 340–356.
- Wijaya, A., & Santoso, R. (2023). Pengaruh penerapan *Business Model Canvas* terhadap kinerja UMKM sektor makanan. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 6(1), 102–115.
- Wijayanti, A., & Handayani, E. (2020). *Business Model Canvas* sebagai alat pengembangan strategi bisnis UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 8(1), 12–20.
- Wijayanti, R., & Handayani, S. (2020). *Business Model Canvas* sebagai alat pengembangan strategi bisnis. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 5(3), 145–153.