

DAFTAR PUSTAKA

- Albi, A & Johan, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Alfarisi. (2019). Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. *Jurnal Imiah Mahasiswa FEB*, 1-14.
- Alhado. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran Perspektif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 17.
- Anggraeni, W.C., Ningtiyas, W.P., & Alimah, N.M. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi. *Journal Government and Politics*, 47-65.
- Anjani, H. D., Irham, & Waluyati, L.R. (2018, December). Relationship of 7P Marketing MIX and Consumer's Loyalty in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261-273. doi:<http://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Arnold, P.W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020, September). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 29-40. doi:10.36985/ekuilnomi.v2i1.349
- Astuti, A.M.I. & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 58-70.
- Ayu & Rahmawati. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (*Literature Review Etika*). *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 631-643.
- Baker, T & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. *SBA*, 17-24.
- Dachliyani, L. (2019). Instrumen yang Sahih : Sebagai Alat Ukur Keberhasilan Suatu Evaluasi Program Diklat (evaluasi pembelajaran). *Madika*, 43-62.
- Deli, R. (2020). Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research*, 47-50.

- Devi, P & Triyuni, N. (2021). Marketing Mix Strategies to Increase Revenue of Le Vista Restaurant, Chamonix, France. *International Journal of Glocal Tourism*, 2(4), 185-197. doi:10.58982/injogt.v2i4.118
- Dewi, P.N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R.M. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)*, 17(2), 6. doi:10.31258/jip.17.2.6-13
- Endang, R. & Muhammad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 15-21.
- Fathoni, M. A. (2018). *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam*. Jurisdictie, 128.
- Gandhy, A & Kurniawati, S.D. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Susu Bogor. *Jurnal Maksiprenuer*, 15-31.
- Herliana. V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. (A. I. Kelompok Gramedia, Ed.) Jakarta, DKI Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Handayani, T., Sufyati, H.S., Priyatno, P.D. (2022). Strategi marketing koperasi syariah. *International Journal of Business, Technology, and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 732-746.
- Handayani, T & Fathoni M.A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Hanggraito, A.A., Wiratama, A.S., & Saifuddin, R.A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisatawan: Destinasi, Hospitalisasi dan Perjalanan*, 72-83.
- Hoamaid, A. A., Zain, A.Y., Minai, M.S., & Fais. (2017). The Role of Customer-focused Strategies to Improve Islamic Microfinance Institutions Performance: Empirical Evidence and Lessons from Yemen. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 291-299.
- Izudin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 25-33.
- Jazilinni'am, N. (2022, Maret). Analisis Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Ekonomi Syariah UMKM Hasma Jaya Lestari. *NOMICPEDIA: Journal of Economics and Business Innovation*, 2, 18-35. Retrieved from <https://journal.inspirasi.or.id/index.php/nomicpedia>
- kotler,P & Amstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi kelima belas*. Jakarta: Erlangga.
- kotler,P., Keller, K.L., & Amstrong, G (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.

- Kusmiarti, P. (2020, Januari). Analisis SWOT Pada Koperasi Karyawan PT Bumitama Gunajaya Agro. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 197-206. doi:10.31933/JEMSI
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022* (p. 1). DKI Jakarta: Ekon.go.id. Retrieved 10 3, 2022
- Maasen, M. (2018). Sustainable Business Models: An Imperative in the Strategic Management of Companies and Organizations. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 6(2), 323-335. doi:<https://doi.org/10.25019/MDKE/6.2.09>
- Mamonto, F.W., Tumbuan W.J.F.A., & Rogi, M.H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), 110-121.
- Naning, F., Fauza, N., & Natalina, S.A. (2022). *Shrip Crackers Marketing Strategy From Sharia. IQTISHODUNA: Journal of Economy Sharia*, 20-35.
- Nasuna, M. (2017). *ISLAMIC MARKETING*. PT Lingkar Media.
- Nugraha, H. H. (2021). Implementation of Sharia Marketing In the Culinary Business. *Al-Muraqabah: Journal Management and Sharia Business*, 201-222.
- Nurrachmi, I. (2020). *Diklat Manajemen Pemasaran Syariah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Osterwalder, A & Pigneur, Y. (2017). *Business Model Generation*. ((. (Y. Masda), Ed.) PT Elex Media Komputindo.
- Parakkasi, I. (2020). *Pemasaran Syariah di Era Digital*. Bogor: LENDAN BESTARU.
- Prisuna, B. F. (2021, April 01). Efektivitas Media Pembelajaran Daring Melalui Google Meet Pada Mata Kuliah Metodologi Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pena Edukasi*, 8(1), 15-24. Retrieved from <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JPE>
- Purnamasari, S., Mukminah., Kurniaty., & Rozak, P (2023). Analysis of Islamic Marketing Strategies in Sustaining Business (Case Study of Karang Anyar Chicken Rockets). *Indonesian Journal of Banking and Financial Technology (FINTECH)*, 1(1), 123. Retrieved from <https://journal.formosapublisher.org/index.php/fintech/article/view/2783>

- Putra, P. & Hasbiyah, W.H. (2021). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Putri, M. A. & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *JOURNAL TABARRU': Journal Banking And Finance*, 431-444.
- Putu, A & Yuesti. A (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. (I. N. Suhardika, Ed.) Denpasar, Bali: PT Noah Aletheia.
- Ramli & Kartini. (2022). *Manajemen Strategik dan Bisnis*. Bumi Aksara.
- Rangkuti F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Reza, H.M., Muhlisim, S., & Gustiawati, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Rumah Makan Angkringan Mbah Darsih, Kramat Jati, Jakarta Timur. *EL-MAL Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 50.
doi:1047467/elmal.v5i1.632
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (A. S. Ahmar, Ed.) Takalar, Sulawesi Selatan: ahmarcendekia. Retrieved Oktober 2019, from www.ahmarcendekia.or.id
- Saleh, M.Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. (Sobirin, Ed.) Makassar: CV Sah Media.
- Sanjaya & Nuratama. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. (S. M. Muh. Yunus, Ed.) Bontoala, Sulawesi Selatan: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Sedyastuti. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 117-127.
- Siregar. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE-Matrik. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-21.
- Syaha & Riau. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Revisi Tahun 2021*. Pekanbaru: UR Press.
- Umar, A., Sasongko, A.H., Aguzman, G., & Sugiharto (2018). Business model canvas as a solution for competing strategy of small business in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 4675.
- Vitria, P.R., Astuti, R.F., Mustangin, & Sandy, A.T. (2022). SWOT Analysis and Business Model Canvas as Solution in Determining Culinary Business

- Development Strategy. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112-121. doi:<https://doi.org/10.23887/ijcs1.v6i1.40965>
- Wardhana, A. (2021). *Analisis strategi (SPCAE, BCG, IE, GS, dan QSPM)*. (H. F. Ningrum, Ed.) Bandung: CV, Media Sains Indonesia.
- Wisnuantara et al. (2020). Analysis of Business Development Model Microfinances Institutions (Case Study PT XYZ). *International Journal of Research and Review*, 7(3), 161-167.
- Yuliarti, T., Shafira, C.T., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *mbia: Journal Management, Business and Accounting*, 19(3), 293-308. doi:10.33557/mbia.v19i3.1167
- Zidnal, M. R. (2018). Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Di Toko Busana Muslim Al- Haramain Ciputat Tangerang Selatan). *Journal I Economic*, 67.