

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. (2020). Fenomena kopi kekinian di era 4. 0. *Jurnal lugas*, 3(1), 24–32.
- Amanina, C. A., Fadhilah, Nurbaiti, Novita, & Prayudha, A. R. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Bidang Fashion Kecamatan Muara Batu Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 9(3).
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5).
- Annur, C. M. (2024, February 20). *Indonesia Masuk Jajaran 10 Negara Paling Sering Belanja Online | Databoks*.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/E909aa002dda25e/Indonesia-Masuk-Jajaran-10-Negara-Paling-Sering-Belanja-Online>.
- Arrafi, M. N., Herwanto, D., Wahyudin, & Rajagukguk, L. Y. (2025). Analisis Swot, Ife, Efe, Dan Ie Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pt Mno. *Jurnal Teknik Industri Itn Malang*.
- Aryani, L., Desmintari, & Pusporini. (2020). Analisis Aspek-Aspek Umkm Di Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, Hal. 114–122.
- Asmuni, A. (2019). Menolak Bankrut: Usaha Umkm Beradaptasi Dalam Pasar Online. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 2(1).
<https://doi.org/10.37849/mipi.v2i1.117>
- Becker, W., & Schmid, O. (2020). The Right Digital Strategy For Your Business: An Empirical Analysis Of The Design And Implementation Of Digital Strategies In Smes And Lses. *Business Research*, 13(3).
<https://doi.org/10.1007/S40685-020-00124-Y>
- Boichuk, N., & Afanasenko, A. (2023). Effective Business Development Strategy. *Market Infrastructure*, 72, 61–65. <https://doi.org/10.32782/Infrastruct72-11>
- Blyzniuk, A. (2023). Alternative Strategies Of Business Development. *Economics. Finances. Law*, 5, 66–68.
<https://doi.org/10.37634/efp.2023.5.14>
- Cahyani, Irsya Amalia (2024) *Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Fashion*. Bachelor Thesis, Universitas Nasional.

- Cholilalah, Rois Arifin, A. I. H. (1967). Bisnis Digital (Strategi Administrasi Bisnis Digital Untuk Menghadapi Masa Depan). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue June).
- Condrobimo, A. R. (2023, September 13). *Teknologi Yang Terlibat Dalam Transformasi Digital Pada Umkm Di Indonesia*. <https://Sis.Binus.Ac.Id/2023/09/13/Teknologi-Yang-Terlibat-Dalam-Transformasi-Digital-Pada-Umkm-Di-Indonesia/>.
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative Adn Mixed Methods Approaches. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Daryanto, L.H., dan Hasiholan, L.B. 2020. The Influence of Marketing Mix on The Decision to Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Jornal of Management*, 5(5).
- Daud, D., & sarmiati, sarmiati. (2023). Fundamental strategi pemasaran: marketing mix 4P to 4A. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 9(2), 28-36. Retrieved from <https://e-jurnal.iims.ac.id/index.php/JALHu/article/view/162>
- Fatimah, F. N. D. (2020). Teknik Analisis Swot - Google Books. In *Anak Hebat Indonesia*.
- Fiantika, F. R., Ambarwati, K., & Maharani, A. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.). Pt Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M., & Masrun. (2021). Esensi Perbedaan Pn eleitian Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Ekonimi Pembangun*, 3(2).
- Gallina, V., Steinwender, A., Zudor, E., Preuveneers, D., & Schlund, S. (2024). Business Model Development Concept For Smes In The Era Of Twin Transition. *Procedia Computer Science*, 232, 523–532. <https://doi.org/10.1016/J.Procs.2024.01.052>
- Handayani, T., Hs, S., & Priyatno, P. D. (2022). Digital Marketing Development Strategy Of Sharia Cooperative. *International Journal Of Business, Technology And Organizational Behavior (Ijbtob)*, 2(6), 732–746. <https://doi.org/10.52218/Ijbtob.V2i6.248>
- Ifani, D., Febrianti, R. A., & Bastomi, M. (2024). *Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Zigmarie Homeset & Fashion)*. <https://Journal.Ppmi.Web.Id/Index.Php/Jmie/Article/View/982/705>.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. In Asian Competitiveness Review: Volume 1 (pp. 27–44). World Scientific Publishing. https://doi.org/10.1142/9789813275485_0004

- Lionardo, E., & Mujanah, S. (2025). *Strategi Pemasaran Usaha Fashion Dengan Analisis Swot Untuk Mendapatkan Daya Saing Pada Brand Unrestrained*. <https://Jurnal.Researchideas.Org/Index.Php/Neraca/Article/View/393/379>.
- Luthfy, D. R., & Mukhlas, O. S. (2024). *Etika Bisnis Islam Dalam Ekonomi Digital: Model Pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Yang Berkelanjutan Di Jawa Barat*. <https://Journal.Stai-Siliwangi.Ac.Id/Index.Php/Islamica/Article/View/140/101>.
- Mandarić, D., Hunjet, A., & Vuković, D. (2022). The Impact Of Fashion Brand Sustainability On Consumer Purchasing Decisions. *Journal Of Risk And Financial Management*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/Jrfm15040176>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1). <https://doi.org/10.46367/Jps.V1i1.205>
- Meena, A., Dhir, S., & Sushil, S. (2024). Coopetition, Strategy, And Business Performance In The Era Of Digital Transformation Using A Multi-Method Approach: Some Research Implications For Strategy And Operations Management. *International Journal Of Production Economics*, 270. <https://doi.org/10.1016/J.Ijpe.2023.109068>
- Nurfajriani, W. V, Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024, September). *Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif*. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.13929272>
- Prahendratno, A., Erwin, & Setiawan, A. (2023). *Strategi Bisnis Digital (Optimalisasi & Otomisasi Sebuah Bisnis Menggunakan Media Digital)*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putri, S. S., & Almini. (2024). *Pemanfaatan Digital Marketing Shopee Dan Shopee Live Sebagai Optimalisasi Pemasaran Fashion Muslimah "Gamaleea" Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Umkm*. <https://Manggalajournal.Org/Index.Php/Cendekia/Article/View/300/375>. <https://doi.org/10.62335>
- Rahim, Endang, and Roni Mohamad. 2021. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah." *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2 (1): 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>.
- Rangkuti, F. (1998). Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Pt Gramedia
- Safitri, A. N., & Arbainah, S. (2023). Perumusan Strategi Usaha Menggunakan Ife, Efe, Ie, Swot, Dan Qspm. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.37932/J.E.V13i1.673>
- Safitri, B., & Pabulo, A. M. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm. *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial*

- Dan *Kemanusiaan*, 1(3), 110–114.
<https://doi.org/10.62383/Aksinyata.V1i3.327>
- Sari, I. D. O. (N.D.). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Ud Sekar Jati Star Jombang. *Universitas Negeri Surabaya*.
- Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., & Herráez, B. R. (2020). Digital Marketing For Sustainable Growth: Business Models And Online Campaigns Using Sustainable Strategies. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 12, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/Su12031003>
- Sefudin, A., & Darwin, M. (2020). Perbandingan teori disrupsi pada marketing di era industri 4.0 menurut Hermawan Kartajaya dan Rhenald Kasali. Dalam komitmen: *Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 1, nomor 2).
- Shafiq. (2024, September 20). *Potensi Pasar Fashion Muslim Global Dan Domestik*. <https://www.shafiq.id/berita/422/potensi-pasar-fashion-muslim-global-dan-domestik/baca>.
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Hamidah, S. A. N., Rihhadatul, R. A., & Oktavia, R. (2024). *Tren Dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern Di Kota Bandung*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/12319/5159>.
- Sudarmi, Awaluddin, M., Syam, A., & Mahmuddin. (2024). *Tren Fashion Syariah Dalam Digitalisasi Marketing Di Era Milineal Dan Gen Z*. <https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mrj/article/view/329/304>.
- Sudarnika, I. K., & Nurkariani, N. L. (2024). *Penerapan marketing 4.0, experiential marketing dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kutul Desa Pucaksari*. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 12(1), 1–9. <https://ojs.stie-satyadharma.ac.id/ojs/index.php/JSD/article/view/371>
- Sudarsono, S. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Kudus. *Tawazun : Journal Of Sharia Economic Law*, 5(2). <https://doi.org/10.21043/Tawazun.V5i2.17290>
- Susanto, I. (2024). Business Development Strategy Analysis Using The Business Model Canvas Approach At Genong Farm Madiun. *Jimkes: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 939–946. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V12i4.2695>
- Susilowati, I. H. (2021). Pengembangan Bisnis Fashion Muslim Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc). *Jurnal Perspektif*, 19(2). <https://doi.org/10.31294/Jp.V19i2.11183>

- Syah, A. Y., & Alhifni, A. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Umkm (Studi Pelaku Usaha Weekend Snack Di Kelurahan Muarasari). *Jurnal Syarikah*, 8(2).
- Uyun, K., & Rohman, A. (2024). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Umkm Busana Muslim “Fashion Store” Geger Bangkalan. *Jurnal Media Akademik Edisi Juni* /, 2(6).
- Wahyuni, A., Permata, S., Ridwan, H., Salfianur, & Abidin, Z. (2024). *Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku Umkm Dalam Promosi Melalui Digital Marketing Di Sinjai*. <https://journal.uiad.ac.id/index.php/Adz-Dzahab/article/view/2185/1159>.
- Yatminiwati, M. (2019). Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa. In Widya Gama Press. Widya Gama Press.
- Zahra, S. 2022. Defenisi, Kriteria, dan Konsep UMKM. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Zaratzhembsky, Z., & Abdullah. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) & Swot Pada Usaha Umkm Dogdag Metal Works Di Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 7(1).