

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, H. (2025). *Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Halal pada UMKM: Pendekatan Etika Bisnis Syariah*. Jurnal Bisnis Dan Keuangan Syariah, 1(1).
- Aditiya, V., Mustafa, S., Lastri, N., Hartutik, D., & Musdiana, A. D. (2024). *Literature Review: Strategi Pengembangan UMKM*. Journal Of Social Science Research, 4(4), 9456–9462.
- Aliyah, A. H. (2022). *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi, 3(1), 64–72. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>
- Anggraini, R. M., Latifah, S., & Syarifuddin. (2024). *Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardhawi*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(4). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23753>
- Ariatin, A., Dhewanto, W., & Sudrajad, O. Y. (2022). *Business Model in Islamic Business Unit: A Lesson from Islamic Boarding Schools in West Java*. International Journal of Applied Business Research, 4(1), 32–49. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v4i1.193>
- Astuti, A. R. T. (2022). *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Astuti, A., & Ratnawati, S. (2020). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)*. Jurnal Ilmu Manajemen, 17(2).
- Bagaskara, D. Y., & Rohmadi, R. (2024). *Analisis SWOT potensi halal tourism di Indonesia dengan NVivo: Studi literature review*. Journal of Economics Research and Policy Studies, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.53088/jerps.v4i1.784>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2024). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (L. Fargotstein & P. Schroeder, Eds.; Sixth). Sage Publication, Inc. <https://archive.org/details/researchdesignO000unse>
- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.
- Emilia, E., Ahyani, N., & Nurlina, N. (2024). *Strategi Manajemen Pendidikan untuk Meningkatkan Minat Membaca Siswa Sekolah Dasar Negeri 145 Palembang*. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis, 4(3).

- Estefany, N. V., Masruchin, & Latifah, F. N. (2022). *Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat*. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 5(1).
- Fitriana, A. S. (2024). *Dampak globalisasi ekonomi pada pertumbuhan usaha kecil dan menengah di indonesia*. Jmeb: Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis, 2(2), 52–58. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb>
- Handayani, T., Pusporini, & Resti, A. A. (2023). *Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 6(1), 209–220. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.889>
- Hartono, R. (2025). *Dampak Perubahan Perilaku Konsumen terhadap Kelangsungan Usaha Ritel Tradisional: Studi Kasus Pasar Sentral Pemangkat Kalimantan Barat*. Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.761>
- Heriyanto, & Taufiq. (2024). *Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin, 1(1), 24–37. <https://jurnal.fanshurinstitute.org/index.php/jimmi>
- Hidayati, R., Syu'aibi, M., Maghfur, I., & Dayat, M. (2023). *Efektivitas Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM Pasca Pandemi Di Desa Jatigunting Wonorejo Pasuruan*. Adilla: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah, 6(2).
- Ismaliyanto, J., Fahriani, F. Z., Astuti, H. H., Ratnawati, N., Dewantara, A., Harmaini, Alim, M. N., Hendrarto, C., & Djatmiko, T. (2025). *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep, prinsip, dan praktik*. PT. Bukuloka Literasi Bangsa.
- Isnaini, N. (2022). *Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, 5(3), 127–144. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia*. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 1(2), 739–746. <https://doi.org/10.62710/a45xg233>
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). *Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis*. IJESPG Journal: International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government, 2(1). <http://ijespgjournal.org>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2022*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

- Kotler, Philip., Armstrong, Gary., & Balasubramanian, Sridhar. (2024). *Principles of marketing* (Nineteenth). Pearson.
- Lestari, M. K., Masruchin, & Krisnaningsih, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM di Kota Surabaya*. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 5(2).
- Lestari, P., & Rindu. (2018). *Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (Marketing Mix 7P) terhadap Tingkat Kunjungan Pasien*. Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat, 7(2).
- Lubis, L. A. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Bisnis Pada UMKM Falisha Catering Medan*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 8(3), 89–105. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20529>
- Maharani, I. D. (2026). *Implementasi Maqamat Tasawuf dan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Kepercayaan Konsumen pada Transaksi Jual Beli di Toko Kelontong Bejo Mulyo Panggul*. Jebmafa: Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration, 1(2), 215–226. <https://journal.megantaraabdinusa.org/index.php/jebmafa/indexp/ekonomi>
- Makawoka, N., Tulusan, F. M. G., & Londa, V. (2021). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Pembuatan Hand Sanitizer Oleh Dinas Ketenagakerjaan Kota Manado*. Jurnal Administrasi Publik, 7(107).
- Maulana, N. I., Supriatal, Kumala, D., & Fahruqi, M. N. (2025). *Etika Bisnis Islam dalam Pemasaran: Konsep dan Implikasi dalam Praktik Pemasaran*. JMBK: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan, 6(1), 9–27. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v6i1.291>
- Putri, G. D., Husna, T. A., & Renfiana, L. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah pada UMKM*. Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah, 2(2), 48–57. <https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i2.7747>
- Putri, M. A., Farida, I., & Patimbangi, A. (2025). *Penentuan Strategi Pemasaran Syariah Menggunakan Analisis SWOT pada Hasil Budidaya Rumput Laut*. Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah, 7(3), 73–88.
- Qiromah, U., Edy, S., Sakum, & Ainulyaqin, M. H. (2024). *Analisis Strategi Marketing Mix pada Esteh Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Economic Reviews Journal, 3(1), 312–329. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.153>
- Rachayu, W., Haryoto, & Hannan, S. (2023). *Business Strategy Development With 360° Business Model Innovation Perspective in PT NEC INDONESIA*. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, 9(2). <https://doi.org/10.17358/IJBE.9.2.274>

- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). *Konsep Etika Bisnis Islam dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi*. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(1), 96–114. <https://doi.org/10.47498/jau.v4n1.5883>
- Ridho, Z., Aisyah, S., & Mannan, A. (2023). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UKM Sate Khas Madura*. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(2), 88–99. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1378>
- Rustan, Adiningrat, A. A., & Aisyah, S. (2023). *Optimizing of Resources Utilization Through Islamic Spiritual Entrepreneurship to Improve The Welfare of Coastal Communities*. *International Journal of Economics Development Research*, 4(2), 355–364.
- Salsabila, K., Ansori, M., & Zahrotun. (2025). *An Analysis of Culinary Business Development Strategy in an Islamic Economic Perspective*. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion (IJoASER)*, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5796>
- Saputra, D. P., & Sardanto, R. (2024). *Analysis of Marketing Mix Strategies to Increase Export Sales Volume in The Kawoel's Coir Pot Industry*. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 1, 386–400.
- Saputra, R. A., & Rohman, A. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pengembangan UMKM “Dodolanku Surabaya”: Analisis Aspek Pemasaran*. *Jiambi: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 53–59.
- Seto, A. A., Chandrayani, T., Ardyansyah, F., Indriyanti, M. A., & Pramularso, E. Y. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis: Panduan Praktis Membangun Bisnis* (Kodri, Ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Setyawan, H. N., & Wahyudi, A. (2022). *Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah di Pasar Malon Sukorejo Ponorogo*. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 305–332.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Snapcart. (2024, October 17). *Indonesian Consumers' Interest Toward Sustainable Products*. <https://Snapcart.Global/Indonesian-Consumers-Interest-toward-Sustainable-Products-Part-2/>.

- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). *Aspek Pemasaran*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 3(2), 450–463. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3875>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Umar, H. (2019). *Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuni, S, R., & Junaeda. (2023). *Analisis strategi pengembangan usaha percetakan*. Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 25(4), 740–749.
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). *Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jurnal Maneksi: Management Ekonomi Dan Akuntansi, 12(1), 22–28.