

DAFTAR PUSTAKA

- Alansori, Apip., & Listyaningsih, Erna. *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. 2020. Yogyakarta : Andi. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=mzYNEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Kontribusi+UMKM+Terhadap+Kesejahteraan+Masyarakat.&ots=HFT6osHLCD&sig=44mzP4Un32qKSEd_vlm_8CbBpXM&redir_esc=y#v=onepage&q=Kontribusi%20UMKM%20Terhadap%20Kesejahteraan%20Masyarakat
- Angdika, Angelina Natasya., & Soeherman, Bonnie. (2019). Pemodelan Bisnis Untuk Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Di Bidang Kuliner Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 2, 188–192. Diakses dari <https://jurnal.yapri.ac.id/index.php/semnassmpt/article/view/100/90>
- Antara, I. K. (2011). *Strategi Pengembangan Pariwisata Pengembangan di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung*. 1–7.
- Aprilianty, E. (2018). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3), 311–324. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Vol. 6). <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management: Manajemen Strategis: Konsep* (Buku-1; Edisi-12). *Salemba Empat*.
- David, Fred R., & David, Forest R. (2015). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Fajar Ahmad., Yusdiarti Arti., & Arsyad Apendi. (2015). Strategi Pemasaran Benih Cabai Besar (*Capsicum Annum L*) Di Cv. Tani Mandiri Desa Ciherang Pondok Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor, 1 (1), 46-52. Diakses dari <https://ojs.unida.ac.id/AGB/article/view/57>
- Faturohman, Fahri., dkk. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Mas Di Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Perikanan Kelautan*, VII(2), 103-110. Diakses dari <http://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/11367/5218>
- Hariadi, Bambang. (2005). *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis, Edisi pertama, Cetakan kedua*. Malang : Banyumedia Publishing.

- Haryono, Tulus., & Marniyati, Sabar. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2), 51-68. Diakses dari <https://jurnal.uns.ac.id/jbm/article/view/17174/13770>
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 53–73.
- Jaya, Pinto., Fadillah, Adil., & Bawono, Sri. (2012). Analisis Strategi Usaha Ritel Ukm Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Studi Kasus Pada Ukm Toko Mojang Fashion. *Jurnal Marketing Symposium At: STIE Kesatuan*. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/327882352_ANALISIS_STRATEGI_USAHA_RITEL_UKM_DALAM_MENINGKATKAN_KEUNGGULAN_BERSAING_STUDI_KASUS_PADA_UKM_TOKO_MOJANG_FASHION
- Joesyiana, Kiki. (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru. *VALUTA*, 3(1), 159–172. Diakses dari <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1275/801>
- Mujiastuti, Rully., dkk. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *Jurnal Ilmiah Fifo*. XI(1), 52-64. Diakses dari <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/fifo/article/view/5798/2600>
- Nugroho, Eko. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang : Universitas Brawijaya Press. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YfNqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Prinsip-prinsip+Menyusun+Kuesioner&ots=ruYxHVC0XJ&sig=ibXShERas89Ft4eGbVz ewhReNpg&redir_esc=y#v=onepage&q=Prinsip-prinsip%20Menyusun%20Kuesioner&f=false
- Porter, M. E. (1980). COMPETITIVE STRATEGY : Techniques for Analyzing Industries and Competitors With a new Introduction. In *Strategic Management Journal* (First Free, Vol. 2). <https://doi.org/10.1002/smj.4250020110>
- Prijadi, Ruslan., dkk. (2020). Financing needs of micro-enterprises along their evolution. *International Journal of Ethics and Systems*. 36(2). 263-284. Diakses dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOES-05-2018-0071/full/html>

- Santika., Ledia., Rizkan., & Gusti Ririn. (2020). Keberhasilan Mengembangkan Usaha Mikro (Studi Kasus Buah-buahan Ibu Wartini), 3 (1), 22-34. Diakses dari <https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1935247>
- Sherly., dkk. (2020). *Pemasaran Internasional*. Yayasan Kita Menulis. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=J1gNEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA53&dq=Pemasaran+Internasional.&ots=VIL1_OiPiR&sig=ley925SBmyFHZE_LwH8IzF7A5V4I&redir_esc=y#v=onepage&q=Pemasaran%20Internasional.&f=false
- Suci, Yuli Rahmini. (2017). perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Indonesia. *jurnal ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58. Diakses dari <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627/400>
- Sugiman, F., Novita, P., & Widjaja, D. C. (2014). Pengembangan bisnis dilihat dari faktor internal dan eksternal perusahaan Pada. *Pengembangan Bisnis Dilihat Dari Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Pada Homestay Dhanesvara Di Surabaya Fenny*, 362–375.
- Sugiman, F., Novita, P., & Widjaja, D. C. (2015). *Pengembangan Bisnis Dilihat Dari Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Pada Homestay Dhanesvara di Surabaya*. 362–375.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sulistiani, Dwi. (2014). Analisis swot sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. *El-Qudwah*. Diakses dari <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/lemlit/article/view/2725/4665>
- Tarigan, Chandra Adiputra., dkk. (2019). Pengembangan Produk Baru untuk Mendukung Strategi Bisnis Perusahaan Mineral Industrial (Studi Kasus: PT. XYZ). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 5(3), 397. Diakses dari <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/27403>
- Tasruddin, Ramsiah. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 2 (1), 107-116. Diakses dari <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/AI-Khitabah/article/view/2623/2473>
- Undang-Undang Dasar 1945. Diakses dari <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt4ca2eb6dd2834/node/lt49c8ba3665987/uud-undang-undang-dasar-1945>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil. Diakses dari <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1995/9tahun~1995uu.htm>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>

Nasional Kontan. (31 Oktober 2020). *Simak, ini Pengertian dan Kriteria UMKM* [Press release]. Diakses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/simak-ini-pengertian-dan-kriteria-umkm-1>

Yusri. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Keadilan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Hukum*, 16(1), 103-127. Diakses dari <http://202.4.186.66/kanun/article/view/6021>

