

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga Pandji, dkk. 2007. *Dinamika Koperasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aaker, D. A. (2014). *Strategic Market Management* (10th ed.). Wiley.
- Ardiansyah, F., Ramadhan, R., & Dewi, R. M. 2024. Strategi Digital Marketing dan Perbaikan Administrasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Produk Pangan Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis dan Aplikasi Riset (IJEBAR)*, 8(1), 45–56.
- Aulia, R. N., & Gunanto, Y. E. 2022. Decision on Halal Certification Label in Food Purchase Decisions Among Moslem Students. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 6(1), 12–22.
- AyuSukmawati, Diana 2016 Analisis Nilai Tambah Gula Kelapa Dan Strategi Pengembangan Pada Agroindustri Kecap Cap “Srk” Di Kabupaten Pacitan. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- David. 2009. Pemilihan Strategi Bisnis dengan menggunakan (QSPM) *Quantitative Strategic Planning Matrix* Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul, (Yogyakarta) Semarang Universitas diponegoro.
- David, Fred R. 2017. *Strategic Management: Concepts and Cases*. 16th Edition. Pearson Education Limited.
- Harahap, M. H. 2024. Strategi Pengembangan Usahatani Kulit Kayu Manis Di Desa Banua Tonga Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara (Universitas Malikussaleh).
- Hardono, A., Widodo, H., & Lestari, R. 2025. Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Pembukuan pada Industri Olahan Pangan Halal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Agro*, 3(1), 21–30.
- Hendro, 2011. *Dasar - Dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga.
- Kamil, M., & Ridlo, A. 2024. Analisis Potensi Digital Marketing pada UMKM Industri Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 12(1), 23–34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Pradikta, A. 2013. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo
- Pratiwi, R. 2018. Strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan metode analisis swot (Studi kasus usaha rengginang pulut cv. Uul jaya di desa kebun lada kecamatan hinai kabupaten langkat) (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Meddan).

- Purwandari, A. W. 2007. Kecap. Ganeca Exact. Purwandari AW. 2010. Kecap. Ganeca Exact, Bekasi.
- Rangkuti, Fredy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, cetakan kelima Belas tujuh. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2017. Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- RichardHalim, Zakaria. 2016. Strategi Pengembangan Agroindustri Kecap Organik Kedelai Varietas Mallika (Studi Kasus pada Kelompok Tani Vigur Organik di Kelurahan Cemorokandang, Kecamatan Kedungkandang, Malang, Jawa Timur). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Siregar, H., & Putri, W. 2024. Optimalisasi Promosi Digital Produk Makanan Halal melalui Marketplace dan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 88–96.
- Suprpti ML. 2005. Kecap Tradisional. Kanisius, Yogyakarta.
- Susilana, R., & Riyana, C. 2008. Media pembelajaran: hakikat, pengembangan, pemanfaatan, dan penilaian. CV. Wacana Prima.
- Sukarni, S., Hamdani, H., & Rizki, A. 2023. Penguatan Strategi UMKM Halal Melalui Sinergi Digitalisasi dan Sertifikasi Produk. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 11(2), 89–102.
- Tikawati, S., Ramadhan, T., & Prasetyo, M. A. 2024. Strategi Inovatif Pemasaran Digital UMKM Berbasis Produk Lokal: Studi Kasus UMKM Kuliner di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 5(2), 55–65.
- Wijatno Serian, 2009. Pengantar Entrepreneurship, Jakarta, PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wijayanta, B., & Widyaningsih, A. 2007. Ekonomi & Akuntansi: Mengasah Kemampuan Ekonomi (Pertama, Issue 40224). Citra Praya
- Zaneta, O. P. 2021. Business Modal Canvas Sacsoe (Laundry, Reparation And Decoration) (Doctoral Dissertation, Poltekpar Nhi Bandung).