

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006, h. 95
- Andriyanty, R. (2021). *Analisis strategi pengembangan bisnis UMKM Warteg sekitar Kampus IBI Kosgoro 1957 Jakarta*.
- Andrianti, F., & Oktafia, R. (2021). *Analisis strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui media online Desa Karangpoh Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo (Tinjauan pemasaran Islam)*.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Dirgantoro, Crown, *Manajemen Strategjik : Konsep, Kasus, dan Implementasi*, Jakarta: PT Grasindo, 2001.
- Dwi Jatmiko, Rohmad, *Pengantar Bisnis*, Malang: UMM Press, 2004.
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu , Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3), 493–498.
- Freddy Rangkuti, A. S. : T. M. K., & Bisnis, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997, h. 4-6. (n.d.).
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Malang: Erlangga, 2012.
- Huda, Anam Miftakhul; Martanti, D. E. (2018). Pengantar Manajemen Strategik 1. In *Jayapangus Press Books*. <http://jayapanguspress.org>
- Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, J., & Rajawali Pres, 2010, h. 30. (n.d.).
- Ii, B. A. B., Teori, A. D., Pengertian, T., & Pembelajaran, S. (2012). *Kajian Pustaka*

Manajemen Strategi. *Molucca Medica*, 11(April), 13–45.<http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>

Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Bandung: Erlangga, 2012. (n.d.).

Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini, *Proses, F. &, Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer*, O. S., & Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006, h. 164. (n.d.).

Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, S. W. P., & 2009, h. 81. (n.d.).

Juwono, O. (2012). Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi Kasus di Restoran Cepat Saji McDonald's). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(1), 1–21.

Kartajaya dan Syakir Sula, *Syariah Marketing*, B. P., & Mizan Pustaka, 2006, h. 124. (n.d.).

Khamidah, N. (2019). Strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha spreli lukis Bali "Mustika". Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Laeliyah, S. (2017). Analisis strategi pengembangan bisnis kuliner dalam perspektif ekonomi Islam (Studi kasus pada usaha Kang Bagong Catering Semarang). Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Malik, I. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39–61

Malinda, H. (2017). Analisis strategi pengembangan bisnis UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi Islam (Studi pada usaha bakso ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>

M. Pardede, Pontas, *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.

Muhammad dan R. Lukman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.

- Ningrum, H. Y. W., & Madjakusumah, D. G. (2022). *Strategi pengembangan bisnis menurut perspektif ekonomi Islam dalam upaya meningkatkan penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay*.
- Nugrahani, Setiawati, D. (2019). Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Kalimilk Yogyakarta Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Kuliner di Era Modern. 1–15.
- Purwana, Dedi dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016.
- Porter, Michael E; Agus Maulana; Hutaeruk, G. C. strategy. (1991). S. bersaing : teknik menganalisis industri dan pesaing / M. E. P. alih bahasa A. M. editor G. H. J. :: E. (n.d.).
- Priharjanto, S., Manajemen, D., & Ekonomi, D. I. (2012). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan pada PD Sinar Berlian di Jakarta Barat. *Manajemen Ikm - Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 7(2), 122–130.
- Rachmat, Manajemen Strategik, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hal 14. (n.d.).
- Safitri, L. (2020). *Strategi pengembangan bisnis Cappucino Cincau Abude di Kota Banjarmasin (Dalam perspektif ekonomi Islam)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Sayuti, A. Jalaluddin, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sholiha, I. (2019). BISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM. *Iqtishodiyah Jurnal*
- Sidik, M. (2019). Perancangan dan Pengembangan E-commerce dengan Metode Research and Development. *Jurnal Teknik Informatika UNIKA Santo Thomas*, 4(1), 99–107
- Sondang P. Siagian, Manajemen Stratejik, J. P. B., & Aksara, 2004, h. 147. (n.d.).
- Sony Hendra Permana. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Di Indonesia Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia Sony Hendra Permana. *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Di Indonesia*, 1–11. <http://news.detik.com/>

- Sudrartono, T., Soegoto, A. Su., Lumanauw, N., Malihah, L., Mokoginta, S. C., Syahputra, Sudirman, A., Agustini, I. G. A. A., Putra, A. R., & Triwardhani, D. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Suparyanto dan Rosad (2015* (Vol. 5, Issue 3).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suharyadi, & Purwantu. (2011). *Statistika: untuk ekonomi keuangan modern* (h. 14). Jakarta: Salemba Empat.
- Sutrisno, Edy, *Budaya Organisasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Suwijono Johan, S. K. P. B., & Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, h. 23. (n.d.).
- Syuhud, M. (2019). Tentang : Dosen Pembimbing : *Strategi Pemasaran*, 5, 12.
- Tadjuddin, T., & Mayasari, N. (2019). *Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo*.
- Triyawan, A., & Fitria, A. (2019). *Analisis strategi pengembangan bisnis UMKM Moeslem Square Ngawi*. Veitzal Rival, Islamic Marketing, J. P. G. P., & Utama, 2013, h. 179. (n.d.).
- Usman, Rianse, & Abdi. (2012). *Metodologi penelitian sosial dan ekonomi: Teori dan aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wahjono, Sentot Imam, *Bisnis Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Yola, M., & Hardiyanti, N. (2019). *Strategi pengembangan bisnis roti berbasis syariah di Indonesia*.
- Yusanto dan Widjajakusuma. 2002. Menggagas bisnis Islami. h. 21.
- Zulkarnaen, H. O. (2012). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Makanan Ringan. *Semarang , Universitas Diponogoro*.