

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2023). *Analisis strategi pemasaran buah naga organik di Kampung Organik Beji di Kabupaten Wonogiri*. Universitas Islam Batik Surakarta.
- Aisyah, R. (2023). Analisis lima kekuatan Porter dan SWOT untuk perancangan strategi pemasaran jasa fotografi. *Jurnal Kalibrasi*, 20(1), 55–62.
- Annisah, S. (2022). *Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan petani dalam perspektif ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Syaekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Bachtiar, R. R., Holik, A., & Widakdo, D. S. (2020). Analisis model kelembagaan agribisnis buah naga organik Desa Jambewangi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal AGRISEP*, 19(2), 389–406. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.19.2.389406>
- Bahanan, M., Qastalano, R. I., & Junaidi, R. A. (2024). Peningkatan literasi digital marketing UMKM di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal*, 1(2), 122–131.
- Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis pengaruh marketing mix (7P) terhadap minat beli ulang konsumen. *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).
- Diyanti, Y. (2018). *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha tahu*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Erliningtias. (2020). *Analisis SWOT untuk menentukan strategi bersaing pada usaha Della Laundry*. Universitas Semarang.
- Firda, R. (2019). Peran brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal*, 6(2).
- Hadi, C. N. R., & Badawi, A. N. C. (2025). Pendampingan pemasaran produk secara digital menggunakan TikTok Shop pada UMKM Dapur Adhisti di Kabupaten Cirebon. *Jurnal*, 7, 72–79.
- Hananto, D., Junior, N. D., Alfiansyah, F., Farelleyano, A., & Darmawan, M. W. (2024). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal*, 8, 40603–40609.
- Hartono, R., Juliana, I., & Endar, H. (2025). Hilirisasi buah naga melalui

- pemberdayaan petani di era revolusi industri 4.0. *Jurnal*, 5(1), 54–66.
- Kamil, A. S., Barokah, I., & Harahap, N. S. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi marketing UMKM di era digital. *Jurnal*, 3(1), 1–14.
- Kumar, S. C. R., & P. P., K. B. (2023). SWOT analysis. *Pharmaceutical Technology*, 40(4), 40. <https://doi.org/10.21474/ijar01/17584>
- Muhammad, M. (2018). Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan usahatani buah naga merah (*Hylocereus costaricensis*). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 11(1), 28–37.
- Mulana, G., & Sugiarto, A. P. (2025). Strategi komunikasi digital marketing terhadap loyalitas konsumen UMKM. *Jurnal*, 10(4).
- Musdalifah. (2023). *Eksistensi petani buah naga terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat*. IAIN Parepare.
- Nasution, S. H. (2022). *Strategi pemasaran pada agrowisata buah naga*.
- Novita, A. (2024). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada coffee shop. *Jurnal*, 19(1), 56–67.
- Nugroho, R. A., Wahyudi, E., & Wahyuni, S. (2013). Identifikasi kapabilitas inovasi dan strategi bersaing usaha kecil logam. *Jurnal*.
- Oktavia, S. (2015). *Analisis tren produksi dan strategi pemasaran buah naga*. Skripsi.
- Pangestu, R. (2020). *Studi kelayakan bisnis pengolahan buah naga dalam meningkatkan ekonomi kreatif*.
- Paundrianagari, S. A., Setyowati, N., & Qonita, R. A. (2019). Strategi pengembangan agribisnis buah naga organik. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 8(2), 56. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v8i2.34790>
- Purnama, D., & Ilmi, N. (2019). Strategi pengembangan komoditi lokal buah naga berbasis agribisnis. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(1), 126–135.
- Putri, A. M., Mutia, E., Agustina, & Elviati. (2022). Strategi pemasaran minuman probiotik olahan buah naga. *Jurnal*, 482–493.
- Qastalano, R. I. (2019). *Analisis pengaruh beban kerja dan pengawasan terhadap stres kerja*.
- Rahma, M. A., Heryansyah, M. T., Zahra, F. Z., & Irianto, H. (2023). Analisis

- strategi pemasaran buah naga menggunakan marketing mix dan SWOT. *AgriFo*, 8(1), 58. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i1.11452>
- Rahmawati, D., Handayani, R. D., & Fauzzia, W. (2019). Pengembangan pemasaran produk roti dan pastry dengan bauran pemasaran 4P. *Jurnal ABDIMAS BSI*, 2(1), 233–243.
- Rangkuti, F. (2018). *Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia.
- Rohmah, A., Ningsih, S. Y., Sa'adah, H., & Bahanan, M. (2024). Penerapan manajemen strategi UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis. *Jurnal*.
- Saragih, F. H., Hasibuan, J. R., & Hasibuan, C. H. (2021). Pendampingan UMKM membuat iklan digital dengan Google Ads. *Bahas*, 32(3), 262.
- Sholikhah, B. (2020). *Analisis SWOT dalam meningkatkan kualitas pelayanan*. Universitas Islam Walisongo.
- Sitindaon, N. (2025). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan loyalitas konsumen. *Jurnal*, 4(1), 53–59.
- Slamet, R., Muh, A. L. N., & Andi, P. R. (2021). *Buku analisis SWOT*. Bintang Pustaka Madani.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (5th ed.). Alfabeta.
- Sutanto, A. G. (2023). *Strategi peningkatan produksi dan pemasaran dalam meningkatkan kesejahteraan usaha tani*.
- Trisniati, F. A. (2023). Analisis SWOT pada UMKM. *ATTawassuth*, 8(1).