

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Faisall Musthofa. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso Skripsi. *Skripsi*, 1–83.
- Aisyah, L., & Achiria, S. (2019). Usaha Bisnis E-commearce Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 187–200.
<https://doi.org/10.30868/ad.v3i2.507>
- Angipora, M. P. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Anselm Strauss, J. C. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Kita.
- Ayonda, W. (2020). *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. PT Elex Media Komputindo.
- Basu Wasta, I. (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Djaelani, A. R. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Garuda, Vol. 20*.
- Hafsah, M. . J. (2004). Upaya pengembangan usaha, mikro, kecil, dan menengah UMKM. *Jurnal Infoskop, I*(Upaya pengembangan umkm), 1.
<http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Indri, T. T. T. (2008). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Pertama).

- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1988). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (Edisi Ketii). Erlangga.
- Kartika, W. (2024). *Buku Statistik Sektorial Kota Banjarmasin*. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik. <https://satudata.banjarmasinkota.go.id/>
- Kasim, A., Bessie, J. L. D., Messakh, A. B., & Isliko, T. W. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(3), 665–673. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i3.11953>
- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan Cetakan Ke-7*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, J. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana Prenada Media Grup.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga.
- M. Ismail Yusanto, M. K. W. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani Press.
- Mandasari, A., Eka N, F., & Sadiqin, A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 3(2), 138–144. <https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/202>
- Melysa, T. (2022). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Pada Pedagang Rumahan Di Kelurahan Bandar Raya Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. 1–83.
- Mulyana, D. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

- Philip Kotler, K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Kreatif*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadrah, Vol.17*.
- Rivai, D. V. (2012). *Islamic Marketing “Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasullulah SAW”* (pertama). Gramedia Pustaka Utama.
- Saifudin, M., Addiarrahman, A., & Anggraeni, L. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Purnama Raya H. Salsabila Lebak Bandung Jelutung. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 212–228. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i1.690>
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2015). Jurnal Akuntansi Jurnal Akuntansi. *Badruzaman JAJANG, 12(1)*, 29–57.
- Shita, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (kesatu). Universitas Brawijaya Press.
- Simorangkir, O. P. (2003). *Etika Bisnis, Jabatan, dan Perbankan* (Pertama).
- Suhaeli. (2020). *Analisis Strategi pengembangan Usaha Pada UD. Azhari Desa Bilabante Kecamatan Pringgarat Kabupaten Lombok Tengah*. 2507(February), 1–88.
- Supianto. (2013). Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of Reason Dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Rechtsens, Vol. 2 No.*, 48–49.

Suyadi, Syahdanur, S. S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Ekonomi Kiat*, Vol. 29, N(1410–3834), 1–10.

Yatminiwati, M. (2019). Manajemen Strategi. In *Widya Gama Press* (Cetakan Pe). Widya Gama Press.