

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Bungsu, R., Djuddah, M., M. Alamsyah, & Maisah, M. (2020). Analisis Swot Dan Pemetaan Strategi Pada Stie Syari'Ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 160–170.
- Agustini, B. (2006). *Analisis Kebijakan Kriminal Terhadap Tindak Pidana Dalam Bidang Perlindungan Konsumen*. Universitas Sriwijaya.
- Ahluwalia, L., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) Tabikpun*, 2(1), 73–80.
- Amier, N. S., & Amal, A. I. . M. (2021). Induksi Keragaman Berbasis Bioteknologi Pada Tanaman Anggrek (Orchids Sp.). *Jurnal Agrivigor*, 12(2), 75–82.
- Andespa, R. (2016). Strategi Industri Perbankan Di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar Untuk Menciptakan Pelayanan Yang Memuaskan. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1(1).
- Andriati, H. N. (2021). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari Cyclop Di Jayapura. *The Community Engagement Journal*, 3(2), 10–25.
- Asnahwati. (2021). Prospek bisnis tanaman hias di masa pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Alhuda Business Community Pekanbaru). *Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 12(3), 307–313.
- Astiti, N. M. (2019). Analisis Metode Swot Untuk Strategi Pemasaran Berdasarkan Matriks Internal Al-Eksternal (IE) (Studi Kasus : Digital Art Bali). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 5(2), 141–145.
- Bakrie, H. A. (2005). Pertumbuhan Vegetatif Tanaman Anggrek Dendrobium (Dendrobium sp.) Pada Aplikasi Zeolit Sebagai Campuran Media Tanam Dan Pupuk Pelengkap Cair. *Journal of Indonesia Zeolites*, 7(1), 53–60.
- Br Jabat, E. D., Tarigan, L. L., Purba, M., & Purba, M. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan. *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 16–21. <https://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/view/85>
- Elvina, E., Jessica, J., Jesseline Cheng, Felix Filbert, Fitriana Aidnilla Sinambela, & Renza fahlevi. (2023). Penerapan dan Pengembangan Media Sosial UMKM JHN Shop Kota Batam. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(2), 284–302.
- Evelyn. (2018). Analisis Manajemen Strategi Bersaing Dengan Matriks IE, Matriks SWOT Dan Matriks QSPM Pt. XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02, 99–106.
- Fauzi, & Irviani, H. R. (2018). *Pengantar manajemen* (Putri Christian (ed.); ed. Revisi). Andi, 2018.
- Fibriyani, V., & Mufidah, E. (2018). Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Pasuruan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(3), 873–886.
- Freddy, R. (2015). *Analisis Swot : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan Ocai* (1675134708th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hanafi, M. (2015). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66.
- Hanjani, A., & Wardana, L. K. (2022). Peningkatan Nilai Bisnis Tanaman Hias Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*,

267–271.

- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald<sup>TM</sup>S Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473.
- Hasugian, S. P. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informati Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Hee, H. K., Yeoh, H. H., & Loh, S. C. (2008). In vitro flowering and in vitro pollination: methods that will benefit the orchid industry. *Department of Biological Sciences*, 14(4), 20–24.
- Jayanti, M. D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Taman Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Pt. Prenhallindo, Jakarta.
- Kusumaningrum, S. I. (2019). Pemanfaatan Sektor Pertanian Sebagai Penunjang Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Transaksi*, 11(1), 80–89.
- Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 1–14.
- Maha cakri, C. A. I., Usman, A., & Suadnya, W. (2020). *Manajemen Usaha Dan Penerapan Digital Marketing Tanaman Hias Di Kota Mataram the Business Management and Digital Marketing Application of Ornamental Plants in Mataram City*. 30(April 2020), 1–10.
- Maharani, M., Setyawati, E., & Santoso, P. B. K. (2022). Pengembangan Kapasitas Usaha Petani Tanaman Hias Ramah Lingkungan di Kawasan Desa Wisata Taman Sari Kabupaten Bogor. *Of Community Services: Sustainability & Empowerment*, 02(01), 28–36.
- Marbun, J., & Nasution, E. (2019). Prospek Pengembangan Usaha Tanaman Hidup (Studi Kasus Kota Pematangsiantar). *Jurnal Agrilink*, 1(1), 24–32.
- Marhaini. (2008). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Komputer Merek Acer (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Manajemen Bisnis*, 1(3), 89–96.
- Martoyo, A., Hendrawan, S. A., & Hesnananda, R. (2022). Perencanaan Strategi Pemasaran Tanaman Hias Taman Anggrek Ragunan di Masa Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 114–122.
- Muhammad, R. F., & Yulianti. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi TXTURE. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1), 351–358.
- Mutakabbir, A. E., & Duakaju, N. N. (2019). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Tanaman Hias Di Kota Samarinda (Analysis Of Financial Feasibility Of Ornamental Plants Business In Samarinda City). *Jurnal Agribisnis Dan Komunikasi Pertanian (Journal of Agribusiness and Agricultural Communication)*, 2(1), 25–34.
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63.
- Ningsih, K., & Hamamah. (2014). Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) Dan External Factor Evaluation (EFE) Buah Naga Organik (*Hylocereus Undatus*). *Agromix*, 5(1), 1–21.
- Nisa, W., & Septiadi, D. (2022). Investigasi Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Swot Pada Usaha Tanaman Hias UD Yuka Garden Kota Mataram Investigation.

- AgrotekSos*, 32(2), 83–94.
- Nugroho, B. S., Purnamasari, E., & Prahara, T. (2022). *Penerapan Strategi Kaizen Production dan Integrated Digital Marketing Untuk Meningkatkan Produktivitas dan Penjualan*. 6(2), 361–370.
- Poernomo, Y. (2020). Kewajiban Bagi UMKM Untuk Menghitung Pajak Penghasilan Orang Pribadi Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018. In *Simposium Nasional Keuangan Negara 2020* (p. 923).
- Putra, R. N. (2013). Perlindungan Hukum bagi Pihak Konsumen dari Tampilan Iklan Suatu Produk yang Menyesatkan dan Mengelabui. *Business Law Review*, 2, 20–27.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode Qspm. *Jurnal Industria*, 3(2).
- Putro, W. S., Semuel, H., & Karina, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 150.
- Rahayu, T. (2011). Marketing Plan Sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Perusahaan Jangka Panjang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(1), 38–47.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, K., Thamrin, M., & Siregar, N. I. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan. *Biolink (Jurnal Biologi Lingkungan Industri Kesehatan)*, 4(2), 129–137.
- Ratna, G. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Retnowati, N. D. (2010). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten. *Jurnal Buana Informatika*, 1(2), 91–96.
- Ridhawardani, A., Pardian, P., & Mukti, W. G. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong Di desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 2, 13–21.
- Ridhotullah, S., & Jauhar, M. (2015). *Pengantar Manajemen Prestasi Pustaka Raya*. Prestasi Pustakaraya.
- Rodli, A. F., & Khalimah, S. (2021). Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Tanaman Hias Di“Pasar Puspa Agro Sidoarjo. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3(2), 303.
- Sabol, A., Šander, M., & Fučkan, Đ. (2013). The Concept of Industry Life Cycle and Development of Business Strategies. *Active Citizenship by Knowledge Management and Learning*, 635–642.
- Sabran, M., Krismawati, A., & Galingging, Y. (2003). Eksplorasi dan karakterisasi tanaman anggrek di Kalimantan Tengah. *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian*, 9(1), 1–6.
- Sammot-Bonnici, & Galea, D. (2015). PEST analysis. *Wiley Encyclopedia of Management, January 2015*, 1–1.
- Sari, R. D. (2014). *Penetapan prioritas strategi pemasaran susu sapi di alda alya dairy farm desa sumber jaya, kabupaten bekasi*. Institut Pertanian Bogor.
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. *Jurnal Strategi*

- Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan*, 13(1), 19–28.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sidiq, A. A. R., & Jatmiko, S. (2022). Analisis Strategi Manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dengan Pendekatan SWOT dan PEST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 191–202.
- Silinevicha, V., & Kalinina, K. (2017). The development of the evaluation system of factors, influencing the organization for the prevention of risks of its activity in the market in any field of activity, using pest-analysis. *Professional Studies: Theory and Practice*, 3(18), 38–44.
- Sinaga, S. S., Chalil, D., & Emalisa. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Bunga Potong (Studi Kasus : Desa Raya Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara). *Journal Of Agriculture And Agribusiness Socioeconomics*, 4(8), 1–13.
- Singh, M. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40–45.
- Sipayung, F. (2009). Balanced Scorecard : Pengukuran Kinerja Perusahaan Dan Sistem Manajemen Strategis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 7–14.
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2021). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Journal Generation*, 7(3), 103–112.
- Surjani, R. (2003). Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Era Globalisasi. *Manajemen Strategi*, 11(1), 20–36.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. February, 134.
- Triyanto, W. A. (2015). Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 6(1), 183.
- Tseyko, E. (2015). *A New Perspective On The Product Portfolio Management Of Pharmaceutical Companies : A Case Study Of Closed Joint-Stock Company Zao Severnaya Zvezda*. University Of Applied Sciences.
- Tuhuteru, S., Hehanussa, M. L., & Raharjo, S. H. T. (2012). Pertumbuhan Dan Perkembangan Anggrek Dendrobium anosmum Pada Media Kultur In Vitro Dengan Beberapa Konsentrasi Air Kelapa. *Agrologia*, 1(1), 1–12.
- Utama, D. I. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital Di Kota Bandung. *Equilibrium*, 7(1), 1–10.
- Wibowo, H. D., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Widiastuti, D., Solvia, N., & Soedarjo, M. (2010). Potensi Anggrek Dendrobium dalam Meningkatkan Variasi dan Kualitas Anggrek Bunga Potong. *Jurnal Litbang Pertanian*, 29(3), 101–106.
- Wulandari, A. P., & Iryanie, E. (2018). *Pajak Daerah Dalam Pendapatan Asli Daerah* (H. Rahmadhani & I. Chandrawinata (eds.)). CV. Budi Utama.
- Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, 5(1), 2–3.
- Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.

Zellatifanny, C. M. (2018). The type of descriptive research in communication study. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.

Zimmerer, W. T., Scarborough, M. N., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha* (1st-5/E ed.). Salemba Empat 2008.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8453/kewirausahaan-dan-manajemen-usaha-kecil-buku-1-5-e-.html>