

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksa, F. I., Utaya, S., & Bachri, S. (2019). Geografi dalam Perspektif Filsafat Ilmu. *Majalah Geografi Indonesia*, 33(1), 43. <https://doi.org/10.22146/mgi.35682>
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Umkm) Bertahan pada Kondisi Pandemi Covid 19 di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*, 6(2), 139–146.
- Arifin, S., Purnamasari, I., & Fu'ad, N. (2022). Strategi Pemasaran Tenun Ikat Troso dalam Menghadapi Pemasaran Global Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 6(1), 56–65. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jrm/>
- Bintarto, R., & Surastopo, H. (1979). *Metode Analisa Geografi / oleh R. Bintarto, Surastopo Hadisumarno*. Jakarta : LP3ES, 1979.
- Burhan, R., Haliq, A. I. S., & A, H. (2023). Rantai Nilai Global Industri Kain Sutera Bugis di Kabupaten Wajo. *Jurnal Sosial Dan Administrasi Publik (JSAP)*, 1(1), 32–39.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). Intelektual Manifes Media.
- Dewi, R. C., & Basuki. (2017). Analisis Value Chain dalam Upaya Peningkatan Competitive Advantage. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 27(2). <https://doi.org/10.20473/jeba.V27I22017.238>
- Drianti, A., & Nurmala, I. (2020). Strategi Pemasaran Tenun Ulap doyo (Daun Lemba) Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus pada UMKM Pokant Takaq). *Rawa Sains: Jurnal Sains STIPER Amuntai*, 10(2), 95–106. <https://doi.org/10.36589/rs.v10i2.138>
- Elwisam, & Lestari, R. (2019). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK KREATIF DAN ORIENTASI PASAR UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNLAT*, 4(2), 277–286.
- Fajarnings, A., Kesuma, A. I., & Ahmadin. (2020). Kain Tenun “Kamooru” di Kabupaten Muna (1990 – 2019). *Phinisi Integration Review*, 3(2), 204–214. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.26858/v3i2.14883](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.26858/v3i2.14883)
- Fatimah, F. N. D. (2020). *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Penerbit Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CRL2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg>

=PR2&dq=analisis+SWOT&ots=NWJHKewiEi&sig=qUFcuLtbMEcxsdqRb3PT  
T4NqPHs&redir\_esc=y#v=onepage&q=analisis%20SWOT&f=false

- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN*. Pascal Books.
- Gebregziabhear, E. (2018). Analysis of Sheep Value Chain: The Case of Adama District, East Shoa Zone of Oromia Regional State, Ethiopia. *Industrial Engineering Letters*, 8(3), 66–78. [www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- Haggett, P. (1978). The Spatial Economy. *American Behavioral Scientist*, 22(1), 151–167. <https://doi.org/10.1177/000276427802200109>
- Hasibuan, A., Hernawati, T., & Siagian, C. Y. B. (2022). Perancangan Klaster Industri Berbasis Value Chain pada Sentra Ikm (Industri Kecil dan Menengah) Tenun Songket Lindung Bulan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri-Produksi*, XXII(2), 157–166. <https://doi.org/10.350587/Matrik v22i2.3290>
- Jamiludin, Agustang, A., & Samad, S. (2020). *Kerajinan Tenun pada Masyarakat Muna (Kasus Peranan Modal Manusia dan Modal Sosial Dalam Reproduksi Budaya Tenun di Kabupaten Muna)*. 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/4bksf>
- Julianto, E. W., & Darwanto. (2016). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung di Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–15. <http://www.jpheb.dinus.ac.id>
- Kamaruddin, I., Firmansyah, D., Zulkifli, Amane, A. P. O., Nasarudin, Samad, M. A., & Haerudin. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (D. P. Sari, Ed.; Cetakan Pertama). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2002). *A Handbook for Value Chain Research*. IDRC.
- Khafid, S. (2020). Peran Geografi Dalam Pembentukan Karakter dan Keterampilan Manusia Indonesia Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Media Komunikasi FPIPS*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.23887/mkfis.v19i1.23251>
- Khairunnisa, I., Ekasari, D., Rida, H., Budi, R., Mekaniwati, H. A., Widjaja, W., Artha, N., Teguh, M., Nur, P. T., Annisa, H., Faried, I., Purwanti, T., & Umar, M. (2022). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)* (Ariyanto & T. P. Wahyuni, Eds.; 1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Knox, P. L., & Marston, S. A. (2004). *Places and Regions in Global Context: Human Geography* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Laena, I. (2010). *Membedah UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Tentang Strategi Pemberdayaan & Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*. Lugas Foundatiom.

- Lasaiba, M. A. (2022). Fenomena Geosfer dalam Perspektif Geografi Telaah Substansi dan Kompleksitas. *JENDELA PENGETAHUAN*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.30598/jp15iss1pp1-14>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Lihawa, A., Uloli, H., & Rasyid, A. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *JAMBURA INDUSTRIAL REVIEW Adriyansya Lihawa Dkk*, 1(2). <https://doi.org/10.37905/jirev.1.2.94-103>
- Lusianai, W. O., Salpiana Jabar, A., Nurfikria, I., & Hairani Idrus, S. (2019). Komodifikasi dan Makna Simbolik Motif Tenun Muna Sebagai Bentuk Kearifan Lokal Masyarakat Kabupaten Muna. *Copyright©2019 Journal PUBLICUHO Faculty of Social and Political Sciences Halu Oleo University*, 2(2), 2621–1351. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/PUBLICUHO>
- Lusianai, W. O., Tarifu, L., Nurfikria, I., & Jabar, A. S. (2019). Industri Kreatif “Tenun Muna” dan Pemasaran Online (studi deskriptif dinamika pemasaran hasil tenun daerah Kabupaten Muna Sulawesi Tenggara). *Jurnal Universitas Serang Raya*, 1–6.
- Maiyuniarti, D. A., & Oktafia, R. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 506–516. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112. <https://ejournal.stiesyariahengkalis.ac.id/index.php/jps>
- Nasir. (2025). Peran Pemerintah dalam Implementasi Program Pemberdayaan UMKM di Kota Makassar: Studi pada Akses Modal dan Pelatihan. *JIPSH: Jurnal Ilmu Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.58472/jipsh.v1i1.26>
- Noor, T. I., Pardian, P., & Nugraha, A. (2016). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Bawang Merah di Jawa Barat. *Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 1–94.
- O’Cass, A., & Sok, P. (2014). The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth. *International Small Business Journal*, 32(8).

- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59–64. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=liOy1b4AAAAJ&citation\\_for\\_view=liOy1b4AAAAJ:5nxA0vEk-isC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=liOy1b4AAAAJ&citation_for_view=liOy1b4AAAAJ:5nxA0vEk-isC)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.
- Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Omset dengan Pendekatan Analisis SWOT Perspektif Marketing Syariah pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jesyta*, 6(1), 881–898. <https://doi.org/10.36778/jesyta.v6i1.1018>
- Rini, A. D., & Budiani, S. R. (2018). Value chain analysis of weaving industry Analisis rantai nilai industri tenun. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 31(3), 300–309.
- Rini, D. A., & Budiani, S. R. (2018). Value chain analysis of weaving industry Analisis rantai nilai industri tenun. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 31(3), 300–309.
- Rizki, M., Ghifari, A., Hui, W. L., Permata, E. G., Siregar, Mhd. D., Umam, M. I. H., & Harpito, H. (2021). Determining Marketing Strategy At LPP TVRI Riau Using SWOT Analysis Method. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 3(1), 10–18. <https://doi.org/10.37385/jaets.v3i1.276>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin, Ed.; Cetakan Pertama). CV Sah Media.
- Sari, R. I., & Budiani, S. R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Industri Tenun di Desa Wisata Gamplong Kabupaten Sleman. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(1), 98. <https://doi.org/10.22146/mgi.30063>
- Sejati, A. E., Sugiarto, A., Anasi, P. T., Utaya, S., & Bachri, S. (2022). Tantangan filsafat geografi dalam perkembangan geografi terkini: Kajian ontologi, epistemologi, aksiologi, dan etika. *Majalah Geografi Indonesia*, 36(2), 126. <https://doi.org/10.22146/mgi.74942>
- Sethy, T., & Sk, M. (2023). Environmental Considerations in Industrial Location: A Weberian Approach to Sustainable Development. In *UGC Approved Journal Number: 48887 Journal Homepage: International Journal of Research in Social Sciences* (Vol. 13). <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>,
- Sørensen, I. H., Torralba, M., Muñoz-Rojas, J., Kristensen, L. S., & Plieninger, T. (2023). Embedding plural values in value chains to enhance sustainability in the management of cork oak landscapes. *Landscape Ecology*, 38(12), 3569–3587. <https://doi.org/10.1007/s10980-023-01730-x>
- Sørensen, I. H., Torralba, M., Quintas-Soriano, C., Muñoz-Rojas, J., & Plieninger, T. (2021). Linking Cork to Cork Oak Landscapes: Mapping the Value Chain of Cork

- Production in Portugal. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.787045>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Supriadi, D., Nugraha, E. H., Widayaka, R., & Rena. (2021). Analisis Nilai Tambah (Value Added) Usaha Pemasaran dan Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Cirebon. *Jurnal Investasi*, 7(2), 1–12.
- Tahwin, M., Mahmudi, A. A., Ayu, D., & Dewi, L. (2016). Model Supply Chain Management Dalam Upaya Pengembangan Industri Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang 1 (Model Supply Chain Management in Development Efforts Industry Batik Lasem Rembang). *Fokus Ekonomi*, 11(2), 1–12.
- Triyonggo, Y., Maarif, M. S., Sukmawati, A., & Baga, L. M. (2015). Analisis Situasional Kompetensi Praktisi Sumber Daya Manusia Indonesia Menghadapi MEA 2015. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14(1), 100–112. <https://doi.org/10.12695/jmt.2015.14.1.7>
- Widiatmoko, J., Goreti Kentris Indarti, M., Puspitasari, E., Setyo Hadi, S., Ekonomika dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang, U. (2020). PENDAMPINGAN PENYUSUNAN HARGA POKOK PRODUKSI BAGI PELAKU UMKM DI KOTA SEMARANG. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(02).
- Wijaya, M. (2019). Analisis Rantai Nilai dalam Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Kompetitif Perusahaan. *Media Informatika*, 18(3), 122–128.
- Wijaya, M. A., & Fitriah, E. (2022). Pengaruh Penerapan Analisis Rantai Nilai terhadap Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Riset Akuntansi*, 123–128. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1408>
- Wiradharma, G., & Tanwir, M. (2016). Pelestarian Lingkungan Melalui Periklanan Kreatif: Sebuah Pendekatan Ekologi. *Komunikasi Pemasaran*, 5(2), 119–126.
- Yunus, H. S. (1996). *Geografi Manusia*. Fakultas Geografi UGM.