

The Role of Product Innovation, Financial Digitalization, and Human Resource Management in Supporting JNC Cookies' Business Sustainability

Peran Inovasi Produk, Digitalisasi Keuangan, dan Pengelolaan SDM dalam Mendukung Keberlanjutan Bisnis JNC Cookies

Muhammad Hasan Fajri¹, Mochammad Tegar Rislam², Bagas Satrio Wicaksono³, Fikri Muhyiddien Az-Zaki⁴, Dewi Komala Sari⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: dewikomalasari@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the business sustainability strategy of JNC Cookies from an operational, financial, and human resource perspective. The study used a qualitative method with a case study approach because it focuses on an in-depth understanding of the business strategy implemented by JNC Cookies as a family business in the pastry industry. Data were obtained through direct interviews with Farhan Basyir as the marketing communication manager of JNC Cookies, observations, and documentation during an academic visit on April 30, 2026, at 11:30 a.m. WIB. Data analysis techniques were carried out descriptively qualitatively through a systematic process of collecting, grouping, and interpreting data. The results of the study indicate that JNC Cookies' business sustainability is supported by operational strategies in the form of maintaining product quality, product innovation, and the use of information technology in business management. From a financial aspect, the company implements a real-time digital recording system to monitor sales, expenses, and profits, thus facilitating business decision-making. Meanwhile, from a human resource aspect, the company implements a seasonal workforce recruitment system, division of labor based on skills, and maintaining family values in the work culture. These three aspects support each other in maintaining the company's stability and competitiveness amidst the increasingly competitive food industry. This research is expected to be a reference for business actors in developing business strategies that are oriented towards long-term business sustainability.*

Keywords: *Business Sustainability, Business Strategy, Operation, Finance, Human Resource, JNC Cookies*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keberlanjutan bisnis pada JNC Cookies ditinjau dari perspektif operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus karena berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi bisnis yang diterapkan oleh JNC Cookies sebagai usaha keluarga di industri kue kering. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan Farhan Basyir selaku marketing communication manager JNC Cookies, observasi, dan dokumentasi pada kegiatan kunjungan akademik tanggal 30 April 2026 pada pukul 11.30 WIB. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses pengumpulan, pengelompokan, dan interpretasi data secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan bisnis JNC Cookies didukung oleh strategi operasional berupa menjaga kualitas produk, inovasi bentuk produk, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam pengelolaan usaha. Dari aspek keuangan, perusahaan menerapkan sistem pencatatan digital secara real time untuk memantau penjualan, pengeluaran, dan keuntungan sehingga memudahkan pengambilan keputusan bisnis. Sementara itu, dari aspek sumber daya manusia, perusahaan menerapkan sistem perekrutan tenaga kerja musiman, pembagian kerja berdasarkan keterampilan, serta mempertahankan nilai kekeluargaan dalam budaya kerja. Ketiga aspek tersebut saling mendukung dalam menjaga stabilitas dan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri makanan yang semakin kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam membangun strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

Kata Kunci: Keberlanjutan Bisnis, Strategi Bisnis, Operasional, Keuangan, Sumber Daya Manusia, JNC Cookies.

I. PENDAHULUAN

Industri makanan, khususnya produk kue kering, merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar di Indonesia karena didukung oleh budaya konsumsi masyarakat pada berbagai momen perayaan. Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk pangan yang praktis, menarik, dan memiliki cita rasa yang beragam. Dalam perkembangan bisnis kuliner, kehadiran usaha keluarga menjadi bagian penting yang tidak hanya menjaga keberlangsungan usaha lintas generasi, tetapi juga mampu menciptakan ciri khas produk yang kuat di tengah persaingan pasar. Kondisi

tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu mempertahankan kualitas produk, melakukan inovasi, serta menerapkan strategi bisnis yang berkelanjutan agar dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Keberlanjutan bisnis merupakan kemampuan suatu usaha dalam mempertahankan operasional, keuangan, dan kualitas sumber daya manusia secara berkesinambungan di tengah perubahan lingkungan bisnis. Strategi keberlanjutan menjadi penting karena dapat membantu perusahaan menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan pasar, perubahan selera konsumen, kenaikan harga bahan baku, serta perkembangan teknologi digital. Suatu usaha yang mampu mengelola aspek operasional, keuangan, dan sumber daya manusia dengan baik akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan eksistensi usahanya. Konsep ini sejalan dengan pandangan bahwa keberlanjutan bisnis erat kaitannya dengan penerapan model bisnis yang berorientasi jangka panjang [1], serta didukung oleh faktor kepemimpinan, nilai bisnis keluarga, dan keharmonisan keluarga sebagai penopang pertumbuhan usaha keluarga secara berkelanjutan [2].

Salah satu contoh usaha yang menarik untuk dikaji adalah JNC Cookies, sebuah brand kue kering yang telah berkembang sejak tahun 1996 dan dikenal sebagai produsen cookies dengan karakter premium, inovatif, serta mampu bertahan menghadapi perubahan zaman. JNC Cookies tidak hanya menonjol dari sisi kualitas produk, tetapi juga dari cara perusahaan mengelola keberlangsungan bisnisnya melalui berbagai strategi yang adaptif dan berorientasi pada pengembangan usaha. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa kesadaran merek dan kualitas produk berperan penting dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap produk JNC Cookies [3].

Berdasarkan pembahasan dalam rekaman, JNC Cookies menerapkan strategi yang mencakup aspek operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Dari perspektif operasional, perusahaan tetap mempertahankan tenaga manusia sebagai bagian penting dalam proses produksi untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk. Selain itu, inovasi pada bentuk produk, pengemasan, serta pemanfaatan sistem informasi juga menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Operasional yang efektif dan inovatif menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan pelanggan serta mendukung keberlangsungan bisnis.

Dari perspektif keuangan, JNC Cookies menggunakan sistem pencatatan dan pemantauan penjualan secara real time agar alur barang, pendapatan, dan keuntungan dapat terkontrol dengan baik. Pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga stabilitas usaha dan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif. Dengan adanya pengawasan keuangan yang terstruktur, perusahaan dapat meminimalkan risiko kerugian dan menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Digitalisasi pencatatan keuangan semacam ini juga terbukti berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi usaha secara lebih luas [4]. Sementara itu, dari sisi sumber daya manusia, perusahaan memberdayakan karyawan musiman dengan pembagian tugas yang disesuaikan berdasarkan pengalaman dan kebutuhan produksi. Pengelolaan sumber daya manusia yang baik sangat berpengaruh terhadap produktivitas dan kualitas hasil produksi perusahaan. Selain itu, komunikasi kerja dan kerja sama antar karyawan juga menjadi faktor penting dalam mendukung kelancaran proses operasional perusahaan.

JNC Cookies juga menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar melalui strategi pemasaran yang menyesuaikan musim penjualan, seperti Ramadan, Lebaran, Natal, dan Tahun Baru. Kemampuan perusahaan dalam membaca peluang pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran menjadi salah satu bentuk inovasi yang mendukung keberlangsungan bisnis. Hal ini menjadikan JNC Cookies sebagai contoh menarik dalam melihat bagaimana sebuah usaha keluarga dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri kue kering yang semakin kompetitif. Strategi penyesuaian musim penjualan ini sejalan dengan hasil kajian strategi pemasaran JNC Cookies melalui analisis TOWS dalam meningkatkan daya saing industri kue kering [5]. Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini akan membahas strategi keberlanjutan bisnis JNC Cookies ditinjau dari perspektif operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Pembahasan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana sebuah bisnis keluarga mampu menjaga eksistensinya melalui manajemen yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Hal ini sejalan dengan prinsip

dasar pemasaran digital dan pengembangan usaha yang adaptif [6].

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik. Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian secara mendalam mengenai strategi keberlanjutan bisnis yang diterapkan oleh JNC Cookies ditinjau dari perspektif operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami fenomena, kondisi, serta strategi bisnis perusahaan secara lebih rinci dan kontekstual berdasarkan situasi nyata yang terjadi di lapangan.

Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan manajer JNC Cookies yang dilakukan pada tanggal 30 April 2026 pada pukul 11.30 WIB, dalam kegiatan kunjungan dan diskusi akademik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengelolaan operasional, keuangan, sumber daya manusia, serta upaya perusahaan dalam menjaga keberlanjutan bisnis di tengah persaingan industri makanan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber untuk memperoleh data yang mendalam mengenai kondisi dan strategi bisnis perusahaan. Observasi dilakukan dengan mengamati proses bisnis dan aktivitas perusahaan selama kegiatan berlangsung. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mendukung data penelitian melalui pencatatan hasil wawancara, foto kegiatan, serta informasi lain yang relevan dengan penelitian.

Tabel 1 Triangulasi Data Penelitian JNC Cookies

Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Pada aspek operasional, penelitian meninjau strategi perusahaan dalam menjaga kualitas produk, inovasi produk, dan proses produksi. Pada aspek keuangan, penelitian membahas sistem pengelolaan dan pencatatan keuangan perusahaan menggunakan sistem digital secara real time. Sedangkan pada aspek sumber daya manusia, penelitian meninjau strategi perekrutan, pelatihan, pembagian kerja, serta budaya kerja yang diterapkan perusahaan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan, mengelompokkan, memahami, dan menginterpretasikan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara mendalam mengenai strategi keberlanjutan bisnis JNC Cookies serta faktor-faktor yang mendukung keberhasilan usaha keluarga dalam mempertahankan eksistensi bisnisnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Keberlanjutan Bisnis JNC Cookies dari Perspektif Operasional

Berdasarkan hasil wawancara dengan marketing communication manajer JNC Cookies yang bernama bapak Farhan Basyir pada tanggal 30 April 2026 pada pukul 11.30 WIB, diketahui bahwa aspek operasional menjadi salah satu faktor utama yang mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan. Sejak awal berdiri pada tahun 1996, JNC Cookies memilih mempertahankan proses produksi yang banyak melibatkan tenaga manusia dibandingkan penggunaan mesin secara penuh. Perusahaan meyakini bahwa pemberdayaan tenaga kerja tidak hanya membantu kelancaran produksi, tetapi juga menjadi bentuk kontribusi sosial dan membawa nilai keberkahan bagi usaha.

Dalam proses produksi, JNC Cookies menekankan kualitas bahan baku dan konsistensi produk. Hal ini terlihat dari penggunaan bahan berkualitas premium serta teknik pemanggangan yang dilakukan hingga kadar air produk sangat rendah. Strategi tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas dan daya tahan produk tanpa menggunakan bahan pengawet. Produk cookies JNC bahkan dapat bertahan hingga satu tahun apabila disimpan dengan baik. Selain itu, penggunaan silica gel food grade pada kemasan juga membantu menjaga kualitas produk selama penyimpanan. Temuan ini sejalan

dengan berbagai kajian mengenai kualitas cookies, di antaranya optimasi tepung komposit terhadap kualitas kimia cookies [7], pengaruhnya terhadap sifat fisik cookies [8], serta pemanfaatan bahan pangan lokal untuk meningkatkan nilai gizi produk cookies [9].

Dari sisi inovasi produk, JNC Cookies menerapkan strategi diferensiasi agar mampu bersaing di pasar. Produk seperti nastar dan kastengel dibuat dengan bentuk yang berbeda dari produk pada umumnya. Nastar dibuat berbentuk lonjong dengan tampilan lebih premium, sedangkan kastengel memiliki bentuk khas yang menjadi identitas produk JNC Cookies. Strategi diferensiasi ini bertujuan untuk menciptakan ciri khas produk sehingga lebih mudah dikenali konsumen dan memiliki nilai tambah dibandingkan produk pesaing. Strategi diferensiasi produk semacam ini merupakan bagian dari manajemen inovasi dalam upaya meraih keunggulan kompetitif [10], sejalan dengan temuan bahwa inovasi produk berperan penting terhadap keunggulan bersaing UMKM [11], serta terhadap peningkatan daya saing bisnis di pasar yang lebih luas [12].

Selain itu, perusahaan juga menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi melalui penggunaan sistem informasi dalam operasional bisnis. Meskipun proses produksi masih mengandalkan tenaga manusia, perusahaan tetap memanfaatkan teknologi untuk mendukung efektivitas pengelolaan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya ditentukan oleh modernisasi alat produksi, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam mengombinasikan nilai tradisional dan inovasi secara seimbang. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa digitalisasi memberikan peluang sekaligus tantangan tersendiri bagi keberlangsungan usaha kecil dan menengah [13].

2. Strategi Keberlanjutan Bisnis JNC Cookies dari Perspektif Keuangan

Dari perspektif keuangan, hasil wawancara menunjukkan bahwa JNC Cookies memiliki sistem pengelolaan keuangan yang terstruktur dan terorganisasi dengan baik. Perusahaan menggunakan sistem bernama J Restock, yaitu sistem keuangan yang dikembangkan secara khusus sesuai kebutuhan perusahaan. Sistem ini digunakan untuk memantau seluruh aktivitas penjualan outlet secara real time, mulai dari harga produk, diskon, stok barang keluar-masuk, pengeluaran, hingga keuntungan perusahaan. Penerapan sistem serupa juga ditemukan dapat membantu pelaku usaha kue kering dalam menentukan harga pokok produksi secara lebih akurat [14].

Penggunaan sistem pencatatan keuangan secara digital memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam melakukan pengawasan dan pengambilan keputusan bisnis. Manajer JNC Cookies menegaskan bahwa pencatatan keuangan merupakan hal yang sangat penting karena perusahaan tidak dapat mengetahui kondisi untung atau rugi tanpa adanya laporan keuangan yang jelas. Dengan adanya sistem tersebut, perusahaan dapat mengontrol arus keuangan secara lebih efektif dan meminimalkan risiko kesalahan pencatatan. Manfaat digitalisasi pencatatan keuangan ini juga terlihat pada berbagai UMKM lain yang menggunakannya sebagai strategi pemulihan dan penguatan usaha [15].

Dalam pengembangan sistem, JNC Cookies memilih bekerja sama dengan tim teknologi informasi eksternal untuk membuat software yang sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan. Strategi ini dipilih karena perusahaan ingin memiliki sistem yang dapat disesuaikan dengan seluruh alur bisnis dari proses awal hingga akhir. Meskipun membutuhkan biaya yang cukup besar, perusahaan menilai bahwa penggunaan software khusus lebih efektif dibandingkan menggunakan sistem umum yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan usaha.

Selain itu, strategi keuangan perusahaan juga terlihat dari kemampuan membaca kondisi pasar melalui pengelolaan high season dan low season. Pada masa high season seperti Ramadan, Lebaran, Natal, Tahun Baru, dan Idul Adha, perusahaan berfokus pada peningkatan penjualan dan profit. Sedangkan pada masa low season, strategi yang dilakukan lebih diarahkan pada menjaga stabilitas usaha dan mempertahankan branding agar produk tetap dikenal konsumen. Strategi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki perencanaan keuangan dan pemasaran yang adaptif terhadap perubahan kondisi pasar.

3. Strategi Keberlanjutan Bisnis JNC Cookies dari Perspektif Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan bisnis JNC Cookies. Berdasarkan hasil wawancara, perusahaan menerapkan sistem perekrutan tenaga kerja musiman terutama pada masa high season ketika permintaan produk meningkat secara signifikan. Strategi ini dilakukan untuk menjaga kelancaran proses produksi tanpa harus menambah tenaga kerja tetap secara berlebihan. Pengelolaan tenaga kerja yang adaptif seperti ini turut mendukung keberlanjutan organisasi secara strategis [16].

Karyawan lama yang telah berpengalaman biasanya langsung ditempatkan pada bagian produksi yang membutuhkan keterampilan khusus, seperti proses pencetakan produk. Sementara itu, karyawan baru diberikan pelatihan terlebih dahulu selama kurang lebih satu bulan sebelum ditempatkan pada bagian produksi tertentu. Karyawan baru umumnya ditempatkan pada pekerjaan yang lebih ringan seperti pengisian produk dan pengemasan. Pembagian kerja ini dilakukan agar proses produksi berjalan lebih efektif dan kualitas produk tetap terjaga.

Selain keterampilan kerja, JNC Cookies juga mempertahankan nilai kekeluargaan dalam pengelolaan sumber daya manusia. Nilai disiplin, tanggung jawab, dan kerja sama tetap dijaga sejak generasi pertama hingga generasi kedua perusahaan. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang membuat perusahaan mampu bertahan menghadapi berbagai tantangan, termasuk krisis moneter tahun 1998 dan pandemi Covid-19.

Proses suksesi kepemimpinan dari generasi pertama ke generasi kedua yang dimulai sekitar tahun 2012 juga berjalan dengan baik karena adanya kesinambungan nilai dan budaya kerja dalam perusahaan. Meskipun terdapat beberapa perubahan dalam sistem pengelolaan bisnis, perusahaan tetap mempertahankan prinsip dasar usaha keluarga yang mengutamakan hubungan baik antaranggota perusahaan dan loyalitas kerja.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa keberlanjutan bisnis JNC Cookies didukung oleh kombinasi strategi operasional yang menjaga kualitas dan inovasi produk, pengelolaan keuangan yang terstruktur dengan dukungan teknologi, serta pengelolaan sumber daya manusia yang adaptif dan berbasis nilai kekeluargaan. Ketiga aspek tersebut saling mendukung dalam menjaga stabilitas dan perkembangan usaha sehingga JNC Cookies mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri makanan yang semakin kompetitif..

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi keberlanjutan bisnis JNC Cookies ditinjau dari perspektif operasional, keuangan, dan sumber daya manusia, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan JNC Cookies dalam mempertahankan eksistensi usahanya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola berbagai aspek bisnis secara seimbang dan adaptif.

Dari perspektif operasional, JNC Cookies mampu menjaga kualitas produk melalui penggunaan bahan baku berkualitas, proses produksi yang terkontrol, serta inovasi produk yang menjadi ciri khas perusahaan. Strategi diferensiasi produk dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan pasar menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di industri kue kering.

Dari perspektif keuangan, perusahaan telah menerapkan sistem pencatatan dan pengelolaan keuangan yang terstruktur melalui penggunaan sistem J Restock . Sistem tersebut membantu perusahaan dalam memantau aktivitas penjualan, pengeluaran, serta keuntungan secara real time sehingga pengambilan keputusan bisnis dapat dilakukan dengan lebih efektif. Selain itu, strategi pengelolaan high season dan low season menunjukkan bahwa perusahaan memiliki perencanaan bisnis yang baik dalam menghadapi perubahan kondisi pasar.

Sementara itu, dari perspektif sumber daya manusia, JNC Cookies menerapkan pengelolaan tenaga kerja yang fleksibel melalui perekrutan karyawan musiman pada masa peningkatan permintaan produk. Pembagian tugas berdasarkan pengalaman dan keterampilan kerja membantu menjaga efektivitas produksi dan kualitas produk. Nilai kekeluargaan, disiplin, tanggung jawab, dan kerja sama yang dipertahankan dari generasi pertama hingga generasi kedua juga menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas perusahaan.

Secara keseluruhan, strategi keberlanjutan bisnis JNC Cookies menunjukkan bahwa keberhasilan usaha keluarga tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola operasional, keuangan, dan sumber daya manusia secara terintegrasi. Kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar menjadi faktor pendukung yang membuat JNC Cookies mampu bertahan dan berkembang hingga saat ini. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lain dalam membangun strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Schaltegger, E. G. Hansen, and F. Lüdeke-Freund, "Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues," *Organ. Environ.*, vol. 29, no. 1, pp. 3–10, 2016, doi: 10.1177/1086026615599806.
- [2] G. A. Prayogo, D. S. Kodrat, and I. G. B. Y. Wiryakusuma, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK BISNIS KELUARGA BERTUMBUH SECARA BERKELANJUTAN," *J. Performa J. Manaj. dan Start-up Bisnis*, vol. 4, no. 2 SE-Articles, pp. 240–247, Sep. 2020, doi: 10.37715/jp.v4i2.1523.
- [3] D. H. Rahmaeni, I. Aprianti, P. I. Zaelani, and H. Hersusetiyati, "the Effect of Brand Awareness and Product Quality on Consumer Loyalty To Jnc Snack Food Products Cookies in Bandung City," *Multifinance*, vol. 3, no. 3 SE-Articles, pp. 1–11, 2026, [Online]. Available: <https://altinriset.com/journal/index.php/multifinance/article/view/514>
- [4] A. Aleksandrova, Y. Truntsevsky, and M. Polutova, "Digitalization and its impact on economic growth," *Brazilian J. Polit. Econ.*, vol. 42, no. 2, pp. 424–441, 2022, doi: 10.1590/0101-31572022-3306.
- [5] F. Jannuranti, A. S. Marlina, and R. Z. Asshofa, "STRATEGI PEMASARAN J&C COOKIES MELALUI ANALISIS TOWS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KUE KERING," *J. Ilm. Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 2, pp. 203–210, 2026.
- [6] D. Komalasari, A. Pebrianggara, and M. Oetarjo, "Buku Ajar Digital Marketing," *Umsida Press*, no. 0 SE-Text Book, pp. 1–83, Sep. 2021, doi: 10.21070/2021/978-623-6081-38-9.
- [7] I. P. Hati, B. E. Setiani, and V. P. Bintoro, "OPTIMASI PENAMBAHAN TEPUNG KOMPOSIT TERIGU, BEKATUL, DAN KACANG MERAH TERHADAP KUALITAS KIMIA COOKIES," *J. Nutr. Coll. Vol 9, No 2 April.* - 10.14710/pilars.%v.%i.%Y.%p , Jun. 2020, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jnc/article/view/27023>
- [8] S. Damayanti, V. P. Bintoro, and B. E. Setiani, "Pengaruh Penambahan Tepung Komposit Terigu, Bekatul Dan Kacang Merah Terhadap Sifat Fisik Cookies," *J. Nutr. Coll.*, vol. 9, no. 3, pp. 180–186, 2020, doi: 10.14710/jnc.v9i3.27046.
- [9] R. Ambarwati, V. A. Rahmawati, and F. Fitriani, "Nutrient Density Cookies Rutf (Ready To Use Therapeutic Food) Dari Pangan Lokal Untuk Intervensi Balita Wasting," *J. Nutr. Coll.*, vol. 12, no. 2, pp. 179–183, 2023, doi: 10.14710/jnc.v12i2.37832.
- [10] E. R. Lestari, *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press, 2019. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=GtDPDwAAQBAJ>
- [11] S. A. Irfan Muhammad, "Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital," *JUKONI J. Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 02, no. 2, pp. 1–6, 2025.
- [12] E. S. Sari, "Peran Inovasi dan Diferensiasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Jasa Digital di Pasar Global The Role of Innovation and Service Differentiation in Increasing the Competitiveness of Digital Service Businesses in the Global Market," *J. Kolaboratif Sains*, vol. 7, no. 11, pp. 4244–4256, 2024, doi: 10.56338/jks.v7i11.6382.
- [13] A. Telukdarie, T. Dube, P. Matjuta, and S. Philbin, "The opportunities and challenges of digitalization for SME's," *Procedia Comput. Sci.*, vol. 217, pp. 689–698, 2022, doi: 10.1016/j.procs.2022.12.265.

- [14] E. Sutisna, K. A. Ghofar, A. Sunawarman, M. K. Muslimat, and A. Rohendi, “Pendampingan dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual Kue Kering Choco Pink di JNC Cookies,” *J. Khatulistiwa Inform.*, vol. 1, no. 3, p. 491102, 2018.
- [15] M. M. Arifqi, “Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19,” *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 3, no. 2, pp. 192–205, 2021, doi: 10.47467/alkharaj.v3i2.311.
- [16] G. Sartika, “Peran Strategis Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Mendukung Keberlanjutan Organisasi melalui Penerapan Triple Bottom Line,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 177–188, 2024, doi: 10.56145/ekonomibisnis.v4i1.155.