

DAFTAR PUSTAKA

- Aflii. (2021). Strategi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. CV. *Intelektual Manifes Media*, Bali
- Arief, A. S., Putri, S. E., Suroso, A., Syakhrani, A. W., & Rahmini, N. (2021). Digital Technology Management Challenges in Marketing Local Farm Products in Developing Countries: Analysis of International Publication Findings. *Jurnal Iqra' : Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 96–107. <https://journal.iaimnumetrolampung.ac.id/index.php/ji/article/view/1378> diakses pada 21 Februari 2025
- Arif, M., Nosa, M. R., Khairani, S. N., & Lelyta, P. (2024). Analisis strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM Gula Sawit Pak Agus binaan PT. PHR. *Seminar Nasional Industri dan Teknologi (SNIT), Politeknik Negeri Bengkalis*, 452-454.
- Az-Zahra, N. S. (2021). *Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM*. National Conference of Islamic Natural Science (ncoins). Kudus: Fakultas Tarbiyah IAIN KudusCipta, H., & Hatamar. (2020). Buku Analisis SWOT. *Shiddiq Press*, 33–35.
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/1525> diakses pada 02 April 2024
- Firayanti, Y., Syaifuddin, S. M., Wulansari, F., Saputra, E. S., Cahyanto, F., Tawil, H., Jamani, R., Andrian, J., & Mahardhika, T. (2024). *Pemasaran Digital & Media Sosial* (Issue November). www.unukalbarpress.com
- Hendrasari, E., Isnata, F., Yulfajar, A., Studi Akuntansi, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, S. (2023). Penerapan Digital Marketing Terhadap Penjualan UMKM pada Filiya Galeri. *Februari*, 3(2), 188–193. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/208> diakses 31 Maret 2025
- Karima, Y., Putri, Z. E. B., & Purwanto, E. (2023). Penerapan Digital Marketing di UMKM Kripik Pisang Nickii Etjo Sukoharjo dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Seminar Nasional & Call for Paper HUBISINTEK*, 1–8. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses 31 Maret 2024
- Khairunnisa, L., Harmadji, dwi ekasari, Ristiyana, R., Harto, B., & Mekaniwati, A. (2022). *Usaha mikro, kecil dan menengah (umkm)* (Issue February 2023).
- Kholis, A., Sulaiman, L., & Puddin, K. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM* (W. Prayogi (ed.); 1st ed.). Economic & Business Publishing, Medan

- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (n.d.). (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Strategy Cita Semesta, Yogyakarta
- Prasetyo Andy, W. (2018). Penerapan Digital Marketing Dalam UMKM. *Jurnal Al-Naqdu Kajian Keislaman*, 3(2), 1-4.
- Rachmayani, A. N (2015). *Buku Manajemen Pemasaran*. UIR: Pekanbaru Pres, Pekanbaru
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., & Firmansyah, H. (2021). Digital Marketing: Konsep dan Strategi. In *Insania* (Issue September).
- Rauf, A., Musnaini, M., Suherman, S., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2016). Digital marketing. In (Issue September). http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.pdf diakses 18 Februari 2025
- Razak, I., Wibowo, I., & Reztrianti, D. (2023). *Manajemen pemasaran bisnis*. CV. Putra Media Nusantara, Surabaya
- Revita Sari. (2024). Analisis Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Dalam Memasarkan Produk Pada UMKM. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 259–270. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/784> diakses pada 01 April 2024
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2021). Analisis Swot Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi. In *Analisis SWOT sebagai penyusunan strategi organisasi*.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Sebayang, V., Sahat Tua Manalu, D., Suharno, S., & Hasian Situmeang, W. (2023). Digital Marketing Application to the Coffee Marketing System at PT Bogor Kopi Indonesia. *E3S Web of Conferences*, 454.
- Ummah, M. S. (2019). Konsep Inti Manajemen Pemasaran. Media Edukasi Indonesia, Banten
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- Wardhana, A. (2024). *Digital marketing bagi dunia bisnis*. CV. Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Yulianto Putra, E., & Jason. (2022). Application of Digital Marketing to UMKM Grind Now Slow Bar in Using Social Media and E-Commerce. *Move: Journal*

of Community Service and Engagement, 1(4), 106–113.
<https://equatorscience.com/index.php/move/article/view/41> diakses pada 01 April 2024

Zhu, X., & Li, P. (2024). The role and the application of digital media platforms in digital marketing in the jewelry industry—Taking Tiffany & Co. as an example. *Academic Journal of Business & Management*, 6(1), 113–118.
<https://francis-press.com/papers/14399> diakses pada 21 Februari 2025