

DAFTAR PUSTAKA

- Anaqi, I., et al. (2023). Pengembangan digitalisasi marketing usaha UMKM untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM masyarakat. *Jurnal Nasional*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Choiriyah, S. H., & Permatasari, P. A. (2024). Penerapan strategi *Digital Marketing* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Ngaboci. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 9(1), 12–23.
- El Ghifari, L. F., & Supendi, M. (2024). Penerapan strategi *Digital Marketing* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Waken Café. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 8(2), 45–56.
- Google. (2025). *Google Business Profile Help Center*. <https://support.google.com/business>
- Jhonatan, J. (2025). *Implementasi Digital Marketing pada UMKM "Otak Otak Singapur" di Bengkalis* (Skripsi Sarjana Terapan). Politeknik Negeri Bengkalis.
- Juliandra, G., et al. (2024). Analisis *Digital Marketing* untuk meningkatkan penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 1–10.
- Kamaruzzaman, & Indarwati. (2023). The influence of *Digital Marketing* capability and product innovation on marketing performance: Study on food and beverage MSMEs in Surabaya. *Journal of Marketing and Innovation*, 5(2), 55–64.
- Kholis, A., Kurniawan, E., & Rakhmadi, R. A. (2020). Strategi *Digital Marketing* dan implementasinya pada UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 7(2), 97–110.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Manajemen Pemasaran* (16th ed.). Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Liputan6. (2024). *Tujuan analisis SWOT: Panduan lengkap untuk pengembangan strategi bisnis*. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5830096/tujuan-analisis-swot-panduan-lengkap-untuk-pengembangan-strategi-bisnis>
- Luis, B., et al. (2019). *Pemasaran dan Segmentasi Pasar*. Deepublish.
- Mardiah, A., et al. (2024). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Teknologi*, 10(1), 32–40.
- Meta Platforms, Inc. (2025). *Instagram for Business*. <https://business.instagram.com/>
- Rahman, W. (2023). Culinary business Online marketing strategies in the post-COVID-19 pandemic era. *Jurnal Bisnis Kuliner Indonesia*, 7(1), 25–36.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Sulianta. (2024). Analisis SWOT sebagai alat strategis UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 5(1), 18–27.
- We Are Social, & Hootsuite. (2024). *Digital 2024 Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Widyatama. (2018). *Strategi Target Pasar dalam Era Digital*. Widya Press.
- Winarso, W., Sinaga, J., et al. (2023). The impact of social media and innovation strategy on the marketing performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Bekasi City, Indonesia. *International Journal of Social Media Marketing*, 11(3), 66–79.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Fungsi dan Peran Pemasaran dalam UMKM*. Mitra Media Nusantara.