

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, U., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2024). Digitalisasi marketing melalui *Instagram* dan *Facebook Ads* dalam meningkatkan skala usaha UMKM: Systematic literature review. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 187–198.
- Anggraeni, A. D., & Setyawati, E. (2025). Penerapan social media content planner pada *Instagram* UMKM Space 56 Cimahi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 15(2), 63–69.
- Arafah, N. N., Kamila, M., Huang, C., & Fahlevi, R. (2022). Strategi *digital marketing* menggunakan media sosial dan e-commerce dalam pengembangan bisnis UMKM Yasmin's Brownies. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 259-271.
- Anggraeni, A. D., & Setyawati, E. (2025). Penerapan social media content planner pada *Instagram* UMKM Space 56 Cimahi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 15(2), 63–69.
- Ariyanto, A., Mustofa, R., & Sari, M. A. (2021). Definisi dan klasifikasi UMKM berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021. *Jurnal Ekonomi dan UMKM*, 4(2), 85–91.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Erlangga, H., Sunarsi, D., Pratama, A., Sintesa, N., & Hindarsah, I. (2021). Effect of *digital marketing* and social media on purchase intention of Smes food products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(3), 3672-3677.
- Fitriana, I., & Lestari, M. (2021). STP sebagai strategi dasar pemasaran pada UMKM. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 6(1), 33–42.
- Dahliah, D. (2022). *Digital Marketing* Strategy, Competitiveness of Competitive Advantage, and Performance of Micro small and Medium Enterprises (MSMES) Food Sector in Ambon City, Maluku Province. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 24(7), 16-24.
- Istikharoh, L., Pertiwi, Y. A. N., Rahmawati, M., Firdaus, D., Halawa, T. D., & Ramadhan, C. T. (2025). Peran *digital marketing* dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner pada Yohana Kitchen Jakarta. *GEMILANG: Jurnal*

Manajemen dan Akuntansi, 5(3), 1008-1017.

- Iskandar, I. (2025). Strategi optimalisasi *Google My Business* (GMB) dalam meningkatkan daya saing digital UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 197–205.
- Karim, A., Kusmanto., & Purba, E. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), 85–88.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Salemba Empat: Jakarta
- Mariantha, G. (2018). *Teknik Analisis SWOT*. Surabaya: Literasi Nusantara.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Alfabeta: Bandung.
- Purnamasari, P., Hasim, M. H. R., Febriana, A. O., & Awalia, I. (2024). Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Pada “Seblak Neng Lilis” Di Era Modern. *Lentera Pengabdian*, 2(04), 366-372.
- Putri, R., & Fauziya, N. (2024). Strategi targeting pasar dalam usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan UMKM*, 3(1), 44–51.
- Putra, M. I. M., Lavianto, S., & Artana, I. M. (2022). Implementasi analisis stp (segmentation, targeting, positioning) pada usaha kue tradisional djaje. *Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi dan Komputer)*, 5(1), 78-84.
- PM, S. M., & Burhan, U. (2023, May). Penerapan strategi *digital marketing* pada umkm makanan dan minuman khas gresik. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 485-497).
- Raharjo, N. P., & Rofiuddin, M. (2022). Strategi *Digital Marketing* Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Bringin, Kabupaten Tuban. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2).
- Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). *Digital Marketing Communication Strategy*. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 9(2), 57–66. <https://doi.org/10.37715/jee.v9i2.1340>

- Roqybah, L., Yuniansyah, I. F., Rizki, A. M., Rokhmaturrizqiyah, F., Zain, B., Muhamad, D. F., Kurniawan, A., Salsabila, A. R., Pramitha, A. S., & Insiyah, M. (2025). Strategi *digital marketing* untuk UMKM: Meningkatkan daya saing di pasar lokal melalui media sosial. *Jurnal Organisasi dan Manajemen Indonesia*, 3(1), 41–50.
- Santoso, R. (2020). *Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid-19 in Indonesia*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2), 95–106. <https://doi.org/10.20473/jiet.v5i2.23614>
- Sudaryono, dalam Aisyah, L. (2021). *Fungsi Pemasaran dalam Perspektif UMKM*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Suharjo, A. R., Fahmi, I., & Hannan, S. (2020). *Digital marketing strategy of small and medium enterprises for snack in Bogor city*. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 17(1), 74-85.
- Tumini, H., Hendra, Y., & Novitasari, F. (2021). Pengaruh segmentasi, targeting, dan positioning terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(2), 120–135.
- Utomo.K.P., Annanto Krisna Wardana, dkk. 2025. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Wijoyo, H., & Yuliana, L., & Nuraini, E. (2023). Pengertian dan praktik pemasaran dalam bisnis modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 11–20.