

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Amang, A., Mulyadi, & Andyan. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. CV. Tripe Konsultan.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Inflasi dan Stabilitas Ekonomi*.
- Dajan, A. (1986). *Pengantar Metode Statistik II*. LP3ES.
- Djunaidi, G., & Fauzan, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Erwin, E., Cindrakasih, R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *PEMASARAN DIGITAL (Teori dan Implementasi)* (E. Rianty (ed.)). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fitri, & Ghulam, R. A. (2025). *Manajemen Strategi*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Isnati, & Fajriansyah, M. R. (2019). *Manajemen Strategik (Intisari Konsep dan Teori)*. Penerbit Andi.
- Koesharijadi. (2022). *Strategic Analysis Tools*. Mitra Indonesia Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Mardatillah, A. (2024). *Manajemen Strategis (Membangun Keunggulan Kompetitif di Era Digital)*. UIR Press.
- Muhammad, S. (2017). *Manajemen Strategik (Konsep dan Alat Analisis)* (Keenam). UPP STIM YKPN.
- Nugroho, A. (2006). *E-Commerce (Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya)* (Pertama). Informatika Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. PT Rineka Cipta.
- Ulani Yunus M.M, D. (2019). *Digital Branding (Teori dan Praktik)* (Pertama). Simbiosis Rekatama Media.
- UNEP. (2023). *Global Environment Outlook*.

JURNAL

- Arivetullatif, & Sulastri. (2022). Peranan Business Development Service dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah setelah Masa Pandemic Covid-19 di Kota Wisata Pariaman (Studi Kasus UKM Produk Kreatif). *Ensiklopedia of Journal*, 4(4), 357–363.
- Asyiffa, M. R., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2025). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. 3(4), 584–591.
- Deri, R. R., Dida, M., Golfantara, D., & Ramadani, S. A. (2025). *Peran Digital marketing dalam pengembangan usaha berbasis teknologi untuk optimalisasi strategi pemasaran UMKM The role of digital marketing in developing technology-based businesses to optimize MSME marketing strategies*. 6(1), 9–18.
- Firdausiyah, A. R., & Rusdianto, R. Y. (2025). Optimalisasi *Digital marketing* dalam Pemanfaatan Pemasaran Produk UMKM Indonesia. *Jurnal Sinabis*, 1(4), 1.185-1.188.
- Harianto, N., Emi, H., & Yohanis. (2023). Sistem Layanan Pengembangan Usaha di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Bukittinggi. *Jurnal Administrasi Dan Pemerintahan*, 1.
- Haryanto, V. N., & Siregar, S. (2025). Strategi *Digital marketing* dengan Pendekatan 7P Pada UMKM Ummie Cake Tahun 2024. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 11505–11513.
- Husna, N., Cikita, & Hayati, N. (2023). Analisis Strategi *Digital marketing* Pedagang Kaki Lima Yang Menggunakan Scan Qr Code. *Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi*, 4.
- Juliandra, G., Gunawan, M. I., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis *Digital marketing* untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 633–651.
- Juliansyah, Junaidi, H., & Azarkasyi, B. (2026). Analisis Strategi *Digital marketing* dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM: Studi pada Digital Payo Creative di Palembang. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 17(1), 82–92.
- R. Al-Kautsar Lil Taqwa, F., Sarita, B., & Sujono. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha (Pada Ud. Pandan Jaya Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari). *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 471–481.
<https://doi.org/10.55598/homanis.v2i2.114>
- Sano, Hidayanti, D. M., & Suryani, F. A. (2025). Strategi Pemasaran Digital

UMKM Aviyah Olshop melalui Analisis SWOT Berbasis WhatsApp Business. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 275–282.

Saputri, I. P., Fathihani, & Randyantini, V. (2025). *Digital marketing* untuk UMKM: Kunci Optimalisasi Strategi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(3).

Sari, R. Y., Rusdinal, & Anisah. (2024). Analisis Swot Sebagai Alat Penting Dalam Proses Perencanaan Strategis Organisasi Non-Profit. *Jurnal Niara*, 17(1), 87–97.

Wati, S. K., & Widodo, E. K. (2023). *Penerapan Digital marketing pada UMKM : Analisis Bibliometrik*. 2(3), 45–49.