

DAFTAR PUSTAKA

- Alindri, H. F. 2025. Strategi Pemasaran Online UMKM Menggunakan WhatsApp Business. *Jurnal Lembaga Inovasi*, 5(1), 45-56.
- Aulia, E., Zawawi, Z., & Warmana, G. O. 2024. Pemanfaatan Branding Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 994–999.
- Amilia, S. N., et al. 2025. Pengembangan UMKM dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital. *Jurnal Media Akademik*, 2(4), 233–244.
- Badan Pusat Statistik. 2022. Analisis Profil Penduduk Indonesia .
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson.
- Danso-Abbeam, G., Osei-Asare, Y., & Owusu, V. 2020. *Rural Non-Farm Income Diversification: Implications On Household Welfare In Ghana. Agricultural & Food Economics*, 8(4), 1-15.
- Dhae, Y., & Fa'ah, Y. 2025. Persepsi dan implementasi digitalisasi di kalangan UMKM: Studi empiris dari perspektif pelaku UMKM Kota Kupang. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(3).
- Didi & Aulia, E. S. 2024. Implementasi Digital Marketing dalam Efisiensi Biaya Pemasaran *UMKM*. *Jurnal Karimah Tauhid*, 3(11), 12203–12212.
- EBISNIS. 2025. Tantangan digitalisasi UMKM: literasi, keahlian, dan infrastruktur. *EBISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 1–12.
- Eldon, M., & Rahmawati, E. T. 2024. *The Application of Digital Marketing as a Product Marketing Strategy Ud. Bintang Antik Sejahtera. BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 3(1), 19–27
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM di era masyarakat ekonomi ASEAN. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 61–76.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. 2019. Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omzet penjualan UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Hendratmi, A., Agustina, T. S., Sukmaningrum, P. S., & Widayanti, M. A. 2022. *Livelihood strategies of women entrepreneurs in Indonesia*.
- Ibrahim, M. 2018. Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi inovasi teknologi informasi pada usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 85–96.
- Istiqfarini, F., NP, R. M., & Simangunsong, S. Y. 2022. Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Pelaku UMKM di Kelurahan Pucang Sewu Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. *Karya Unggul*, 1(2), 309–315.

- Kompas.id. 2025. Jembatan ke Pasar Global untuk UMKM Tanah Air
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kristantini, R. A., Djunaidy, D., & Ardianto, E. 2020. Sosialisasi Dampak Pemasaran Digital Bagi Pelaku Bisnis Kecil dan Menengah di Wilayah Kecamatan Jagakarsa dan Sekitarnya. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(2), 229–236.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. 2018. *Management information systems: Managing the digital firm* (15th ed.)
- Lesmana, A. 2022. Psikologi Persepsi dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Manusia. Jakarta: Pustaka Akademika..
- Marsalena, N. A., & Wati, K. L. 2024. Strategi pengembangan UMKM berbasis digital. *Almufi: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(3), 489–495.
- Masitoh, S. 2025. Digitalisasi UMKM: Hambatan Literasi. *Jurnal UGM*.
- Natsir, F.M. 2013. Cara Menghitung Skala Likert
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. 2021. Literasi digital sebagai faktor penentu adopsi digital marketing pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(3), 211–220.
- Nugroho, C., Wulandari, A., Maulana, D., Rina, N., & Kalaloi, A. F. 2025. *Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia*. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 4523–4535
- Nurjanah, D. S., Chalimah Girsang, N., Yudhiansyah, V., & Rahman, I. F. K. 2025. Pendampingan e-marketing bagi pelaku UMKM. *Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2).
- Nur'aini, A., & Rekan-Rekan. 2024. Digital marketing bagi UMKM: Studi kasus Batik Era Krisna. *Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 1–10.
- Prasetyo, A. 2020. *Pemasaran Digital untuk UMKM*. Jakarta: Penerbit XYZ
- Putra, R. A., & Santoso, B. 2021. Kesiapan UMKM dalam menghadapi transformasi digital pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–56.
- Putri, I. A. 2025. Perluasan Pemasaran Produk UMKM melalui Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dedikasi*, 3(1), 20-30.
- Pradiani, T. 2018. Pengaruh sistem pemasaran digital terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(2), 46–53.

- Pramadhika, M. R., Iswatun N., Kusnadi, M., Putri, N., & Purnama, S. M. 2025. Strategi Branding Produk UMKM Melalui Optimalisasi Digital Marketing dan Media Sosial di Era Transformasi Digital. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, 2(3).
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Rahman, A., & Anwar, M. 2020. Faktor kesiapan pelaku UMKM terhadap adopsi teknologi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 112–121.
- Rahman, H., Santosa, S., & Kurniawan, I. 2025. *Product Innovation and Digital Marketing Strategies: Key to Small Business Success in the Creative Economy Era*. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*.
- Rachmawati, D., & Ramadhan, F. 2021. Hambatan adopsi teknologi digital pada usaha mikro dan kecil di daerah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 67–76.
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Ryan, D. 2016. *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Sabarini, Sri Santoso. 2021b. Persepsi Dan Pengalaman Akademik Dosen Keolahragaan Mengimplementasikan E-Learning Pada Masa Pandemi Covid-19. Yogyakarta: Deepublish.
- Santi, I. N., Parawangsa, I., Parani, S. B., & Lamusa, F. 2025. Eksplorasi faktor penghambat adopsi digital marketing pada UMKM di Kota Palu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 145–158.
- Sari, B. M., & Bayangkara, I. B. K. 2025. Analisis perkembangan strategi pemasaran digital oleh UMKM lokal dalam menghadapi transformasi digital. Gemah Ripah: *Jurnal Bisnis*, 5(04).
- Sari, D. P., et al. 2019. *Psikologi Kognitif dalam Persepsi*. Denpasar: Poltekkes Denpasar.
- Sari, R., & Nugroho, D. 2024. Transformasi Digital Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Di Era Industri 4.0. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1).
- Sari, T. H. S. 2019. Inovasi Produk dalam UMKM: Peluang dan Strategi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Sartika, R. D. 2023. Strategi Pemasaran Melalui Media Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kerajinan Tangan (Studi Pada Kerajinan Tangan Miniatur Hewan, Kelurahan Metro, Kecamatan Metro Pusat) (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Sampoerna University. (t.t.). *Pengertian Skala Likert, Cara Penggunaan dan Contoh*.

- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. 2024. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pemasaran Digital terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Saputra, D. H., & Ardani, I. G. A. K. S. 2020. Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596–2620.
- Setiawan, R., & Santoso, B. 2021. Persepsi pelaku UMKM terhadap pemanfaatan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 95–104.
- Suarsa, S. H., et al. 2025. Pemasaran Digital: Teori dan Praktik UMKM di Indonesia. Sonpedia Publishing.
- Sugiyono. 2016. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta
- Sundari, S. R. 2025. Peranan digital marketing dalam mencapai efisiensi usaha pelaku UMKM. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 3(3).
- Suryani, T., & Hendryadi. 2019. Pengaruh literasi digital terhadap kinerja pemasaran usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 89–98.
- Strauss, J., & Frost, R. 2014. *E-marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited
- Syafitri, M., Dewi, R., & Ananda, F. 2023. Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Melalui Branding Produk Di Desa Jatisari. *Jurnal Arsy: Aksi Reformasi Sosial Dan Humaniora*.
- Utami, N. P., Prasetyo, A., & Lestari, S. 2022. Pengaruh kualitas infrastruktur digital terhadap efektivitas pemasaran online UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 143–152.
- Utomo. 2020. Pemasaran Digital Strategi & Taktik. Jakarta Barat: Sanskara Karya Internasional.
- Wardan, 2025. Persepsi pelaku UMKM terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. *Economina: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1–17.
- Wardana, F. T. W. 2025. Analisis peran inovasi produk dan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan keberhasilan UMKM. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Wardhana, A. 2015. Strategi digital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing UMKM di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis, Universitas Telkom.

- Wardoyo, D. U., putra krishna Mahardika, D., & riza Fahlevi, A. 2024. Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Umk Konveksi Ciganitri Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 3(1), 33–38.
- Waskita, G. S., Ashari, D. R. W., Al Haris, M. B., & Rifa'i, A. 2024. *From Words to Actions: Exploring How e-WOM Drives Green Consumer Decisions in the Digital Age*. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, 4(3), 243–252.
- Widyadana, K. A., Farisi, H., & Safitri, A. 2025. Transformasi digital UMKM dan hambatan implementasi. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 2(1), 45–56.
- Wijaya, D., & Prasetyo, E. 2022. Peran kesiapan perubahan dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 201–210.
- Yuniarti, R., & Winarti, C. E. 2022. Penerapan digital marketing dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah.
- Yuliana, S., & Pratama, D. 2023. Motivasi Dan Hambatan UMKM Dalam Mengadopsi Teknologi Digital Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital Nusantara*, 2(3), 201-212.
- Yusuf. 2021. Pandemi Covid-19 Pacu Adaptasi Gunakan Teknologi Digital.