

DAFTAR PUSTAKA

- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1-19.
- Albi Anggito, J. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Anwar, S., Yuangga, K. D., Hamda, N., Jaya, F., & Nurhasanah, E. (2020). Peranan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Umkm Intermoda Bsd City Dimasa Covid-19. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2),198–204.
- Ayu, I. D., Tantri, A., Martina, K., Putri, D., & Arya, I. P. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit. *Jurnal Pendidikan ...*, 12(2), 263–275. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/29305>
- Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Ernanda, G. K. S., Triwidya, P., & Adhelia, S. (2021). Keefektifan Peran Digital Marketing Melalui Media Sosial Dalam Proses Pemasaran Produk Galeri UMKM Ekawira, Kare Madiun. *Indonesia Berdaya*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.47679/ib.202176>
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1).
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Maros, Fadlun , Elitear, Julian, Tambunan, Ardi, & K. E. (2016). Penelitian lapangan (field research) pada metode kualitatif. *Academia*.
- MUNIR, A. (2023). *LAMASI MENDADAK DIGITAL (Analisis Studi Kasus Perspektif UMKM Pada Pengguna Digital Marketing) (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo)*.
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/Q.V1i1p1-10.497>
- Nuryatsrib, A. (2016). *Strategi Pengembangan Klaster Kantor Perwakilan Bank Indonesia Cirebon Pada Klaster Bawang Merah di Kabupaten Majalengka (Issue August)*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>

- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. PT. Gramedia Widiasarana.
- Rahmawati, Dkk. (2006). *Bisnis Usaha Kecil Menengah Ekuilibria*.
- Rambe, I. (2018). No Title^{||||}. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi, 7, 1–25.
- Ramin, M. (2021). Optimalisasi Peran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Pasar Tamberu timur Sokobanah Sampang Madura). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, Vol. 3 No, 172–191. <http://ejournal.alkhairat.ac.id/index.php/investi//Vo;ume03,Nomor01Juli2021>
- Rengganawati, H., & Taufik, Y. (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *Komversal : Jurnal Komunikasi Universal*, 6, 28–50. <https://doi.org/10.38204/komversal.v6i1.496>
- Strategi, A., Online, P., Offline, D. A. N., Toko, P., Sumbergempol, G., Ditinjau, T., Ekonomi, D., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Rois Satul Umah*.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Supriatna, S., & Aminah, M. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey, Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 227. <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.12171>
- Sutopo, A. H. (2021). *Penelitian Kualitatif dengan Nvivo*.
- Tjiptohadi Sawarjuwono, & Agustine Prihatin Kadir. (2003). Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran Dan Pelaporan (Sebuah Library Research). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 35–57. <https://doi.org/10.1024/0301-1526.32.1.54>

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.

Widiastuti, T. (2021). Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional Umkm Di Kelurahan Mlatibaru Semarang.

