

DAFTAR PUSTAKA

- Afni, I. N. (2021). Strategi UMKM dalam Era Digitalisasi. *Jurnal Ekonomi*
- Amalia, F., & Budiman, M. A. (2024). Digitalisasi UMKM di Masa Pascapandemi. *Jurnal Ekonomi*
- Anastasya, M. . Pemberdayaan UMKM Perempuan di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Annisa, N. (2020). Tantangan dan Peluang UMKM Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Budiarto, R. (2015). Strategi Bisnis Digital di Indonesia. *Buku Lokal*
- Candrawardhani, S. (2024). Studi Kasus UMKM Kerupuk Melarat. *Jurnal Ekonomi*
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (5th ed.). Routledge.
- Dinas Pariwisata Cirebon. (2023). Laporan Pengembangan UMKM Lokal Cirebon.
- Esterberg, K. G. (2020). *Qualitative Methods in Social Research*. McGraw-Hill.
- Fachrina, N., & Nawawi, R. A. (2021). UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*
- Fauzi, M. (2018). Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 12–20.
- Fitria, I. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital. *Jurnal Bisnis Indonesia*
- Fitriani, R. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Teknologi Informasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Hakimi, R. (2023). Strategi Penguatan UMKM Melalui Digital Marketing. *Jurnal Bisnis Indonesia*
- Herlambang, A., & Setyawan, T. (2022). Transformasi Digital UMKM. *Jurnal Inovasi Digital*, 2(1), 67–74.
- Herlina. (2020). Pengaruh E-commerce terhadap UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*

- Hidayat, D. N., & Fitriana, Y. (2021). Perkembangan UMKM Digital di Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(3), 134–140.
- Izan, K. (2023). Pemanfaatan TIK untuk UMKM Desa. *Jurnal Teknologi Informasi*
- Kemenkop UKM. (2021). Laporan Tahunan UMKM Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2022). Laporan Tahunan Transformasi Digital Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lofian, M. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Layaman, L. (2023). Pendampingan UMKM dalam meningkatkan kualitas pemasaran berbasis digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. Cirebon: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UIN Siber Syekh Nurjati.
- Layaman, L. (2023). Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektivitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha. Cirebon: UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
- Mardatillah, H., Rahmawati, E., & Syahputra, Y. (2022). Penerapan Marketplace pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- McKinsey & Company. (2021). *How Digital Transformation is Helping SMEs*.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Mohammad Yusril. S (2021) Pengembangan Produk Kerupuk Tujuh Bunga Dengan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Profitabilitas, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Ningsih, A., & Rasyid, M. (2024). Dampak Digitalisasi terhadap UMKM di Desa. *Jurnal Teknologi Informasi*
- Nurhadi, R., Syamsudin, M., & Fadli, R. (2019). Inovasi Digital dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Manajemen UMKM*, 4(2), 55–64.

- Nurhayati, S. (2020). Pengaruh Sosial Media terhadap Peningkatan Penjualan UMKM. *Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 5(1), 45–53.
- Purwana, D., Rahmi, F., & Aditya, S. (2017). Strategi Pengembangan UMKM melalui Inovasi dan Digital Marketing. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 165–177.
- Rachmawati, R. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 45–52.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41.
- Rahmawati, N. (2021). Strategi Branding Digital UMKM. *Jurnal Manajemen UMKM*
- Rahmawaty, D., & Maharani, L. (2018). Peran Media Digital dalam Branding Produk Lokal.
- Ridwan, M., Suryani, D., & Fitria, H. (2019). Pemasaran Digital bagi UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 112–125.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2013). *Management* (12th ed.). Pearson Education.
- Rohmah, N., & Gunawan, I. (2020). Peran Digital Marketing pada UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial*, 10(2), 45–55.
- Salsabiila, A. (2024). Digitalisasi UMKM di Era 5.0.
- Santoso, B., Ahmad, R., & Hidayati, N. (2020). Pemasaran Digital dan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 101–109.
- Setiawati, A. (2017). Strategi Pemasaran Produk UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 88–97.
- Siregar, R. H., Lubis, Z., & Nasution, F. N. (2021). Digitalisasi UMKM: Studi di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Rakyat*, 10(2), 123–135.
- Siti, K., & Mufidah, R. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Subroto, B., et al. (2016). Pengembangan Model Pemasaran untuk UMKM. *Jurnal Manajemen UMKM*
- Subroto, B., Hapsari, A., & Astutie, R. (2016). Manajemen Pemasaran Digital. *Jurnal Manajemen*

- Suryana, Y. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Jurnal Bisnis Indonesia
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.
- Tim Digmaya. (2023). *Transformasi Digital UMKM Indonesia*. Jurnal Teknologi Informasi
- Wardhana, A. (2018). *Digital Marketing: Strategi Praktis Meningkatkan Penjualan*. Elex Media Komputindo.
- Widyaningsih, N. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing pada Pelaku UMKM*. Jurnal Bisnis Digital, 3(2), 88–95.
- World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report*.
- Winda Feriyana (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Pemasaran “Tempe Keriuk” Ibu Yus Di Kabupaten Ogan Komering UluTimur*. Jurnal BudimasVol 03 No 01
- Wulandari, D., & Kusumawardhani, A. (2021). *Digitalisasi UMKM dalam Peningkatan Daya Saing*. Jurnal Pengabdian, 5(1), 25–35.
- Yulianto, E. (2024). *Analisis Strategi UMKM Berbasis Digital di Jawa Barat*. Jurnal Ekonomi
- Yusuf, M. (2022). *Strategi Promosi Digital Produk Lokal*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis