

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A., Wenas, R. S., & Worang, F. G. (2022). Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1187–1194. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41411>
- Afifah, N., Pringgabayu, D., & Arfiansyah, F. (2023). Kinerja Perusahaan Batik Trusmi Cirebon Dalam Kaitannya Dengan Inovasi Produk dan Pemasaran. *Income Journal.*, 2(1), 71–82.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Albari, A., Sutrisno, S., & Nurfaizi, M. I. (2023). Pembinaan Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan pada UMKM Batik Ciwaringin Cirebon. *Rahmatan Lil 'Alamin Journal of Community Services*, 3(2), 83–95. <https://doi.org/10.20885/rla.vol3.iss2.art3>
- Arifin, M. Z., Desembrianita, E., & Surianto, M. A. (2021). Strategi Pemasaran Aka Coffe Gresik di Era Pandemi Covid-19 Melalui Analisis SWOT. *Jurnal SENOPATI: Sustainability, Ergonomics, Optimization, and Application of Industrial Engineering*, 2(2), 92–101. <https://doi.org/10.31284/j.senopati.2021.v2i2.1519>
- Aswaruddin. (2024). *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Terhadap Produk Markisa Pada CV. Citra Sari Makassar*. 4(02), 7823–7830.
- Ayu Larasati, Y., Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Patifile:///C:/Users/josse/Downloads/1.+1-24+Dewa+Gede+Sudika+Mangku,.pdf. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397–402.
- Cita Citrawinda, S. H. (2021). *Hukum Persaingan Usaha*. Jakad Media Publishing.
- Dapiah, T. A. A. (2023). Perilaku Konsumen: Analisa Deskriptif Pemilihan Tempat Belanja Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan dalam Ekonomi Islam di BT Batik Trusmi Cirebon. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 35–42.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Erman, S. U. (2015). Analisis strategi keunggulan bersaing dalam rangka memenangkan persaingan bisnis perbankan. *Jom FISIP*, 2(2), 1–15. <https://www.neliti.com/publications/32758/analisis-strategi-keunggulan-bersaing-dalam-rangka-memenangkan-persaingan-bisnis>
- Fagustina, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Klaster UMKM Batik

- Ecoprint di Kota Solo. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2, 132–141.
<https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/652%0Ahttps://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/652/452>
- Farahdinna, P. N. (2022). *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Ar-Raniry.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Ferdiansyah, M. R., & Abadi, M. T. (2023). Faktor Keberhasilan Usaha Batik Pekalongan (Studi Kasus Usaha Bisnis Batik Kafina di Pekalongan). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 64–74.
<https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1287>
- Glints. (2022). *BT Batik Trusmi*. <https://glints.com/id/companies/bt-batik-trusmi/47ed1b02-348b-4f18-a0e0-ac092ed1e3a8>
- Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 1–11.
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Surakarta, U. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Dinar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 144–151.
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138.
<https://doi.org/10.31289/jkbn.v7i2.4505>
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Ibrahim, M. I., & Indratno, I. (2022). Kajian Struktur Kawasan Batik Trusmi, Kabupaten Cirebon. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 86–94.
<https://doi.org/10.29313/jrpwk.v2i1.932>
- Jaya, T., Iskandar, Y., & Lestari, M. N. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Krisna Pangandaran). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 127–135.
- Kamsidah. (2022). *Optimalkan Potensi UMKM terhadap PDB Indonesia melalui Lelang UMKM*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html#:~:text=Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi,Rp8.573%2C89 triliun>
- Khairunnisa, H., Alfaza, A. R., Fadhillah, U., & ... (2021). Analisis Perkembangan

- Batik Trusmi Sebagai Ikon Kearifan Lokal Cirebon. ... *Wisata, Destinasi, Dan* ..., 4(1), 1–9.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/melancong/article/view/20995>
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO* 9, 2017.
- Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 569–575. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i2.11003>
- Kurnia, E. (2024). *UMKM Penjaga Keberlanjutan Batik Indonesia*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/10/02/umkm-penjaga-keberlanjutan-batik-indonesia>
- Kusrianto, A. (2024). *Batik filosofi, motif dan kegunaan*. Penerbit Andi.
- Lastari, N. K. D., Artana, I. M., & Juliharta, I. G. P. K. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Dan Implementasi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Perhiasan. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 12(1), 137–146.
- Layaman, L. (2015). Analisis Dan Pilihan Strategi:(Strategi Perbankan SyariahTM ah dalam Memenangkan Persaingan). *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 7(2).
- Layaman, L., & Nurlatifah, N. (2016). Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektivitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Lestari, N. I. P., Mulyadi, A., & Lhutfi, I. (2022). Analisis Optimalisasi Laba UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon Melalui Pendekatan Kontribusi Margin Pada Laporan Keuangan 2018-2020. *Fineteach: Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, 1(1), 65–80.
- Mahabbah, H. I. N., & Mawardi, A. I. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada UMKM Alief Onion's. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 183–189.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Marwan, L. (2019). *Strategi branding perusahaan batik dalam menciptakan Brand Equity perusahaan: Analisis deskriptif pada BT Batik Trusmi Cirebon sebagai One Stop Shopping Batik terbesar di Indonesia*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Maulana, wildan, A., Yani, M., & Pebrianggara, A. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Dan Meningkatkan Daya Saing Pada UMKMKopi Di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship*

- Journal*, 5(2), 5835–5853. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mukarromah. (2023). *Grand Opening Store BT Batik Trusmi Telah Hadir Dipondok Indah*. Lensa Jabar. <https://lensajabar.com/grand-opening-store-bt-batik-trusmi-telah-hadir-pondok-indah/>
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). *Umsida Press*, 1–64.
- Nilmasari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 13(2), 1–5.
- Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Produk Kuliner Di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>
- Pongoh, D. S., Ponggawa, V. V., Kantohe, D. N., Tompodung, R. G., Kindangen, I. T., & Mokodompit, R. A. (2023). Implementasi Teknologi Dalam Dunia Kerja di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi*, 9(4).
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019).
- Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jesya*, 6(1), 881–898. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1018>
- Pusparani, Y. (2019). Strategi Kebertahanan Serta Keberlangsungan Usaha Batik Katura di Trusmi Kulon, Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(2), 106.
- Rahayu, E. L. B., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat:

- Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672–685.
- Rangkuti, F. (2001). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Edisi VII. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis : Analisis SWOT*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna, D. ., Emidar., & Rasyid, Y. (2018). Pengaruh Discovery Learning Model Berbantuan Media Objek Langsung Terhadap Keterampilan Menulis Teks Laporan Observasi. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 169–174.
- Ristiyan, R., Mekaniwati, A., Harto, B., Faried, Ilmi, A., Khairunnisa, I., Widjaja, W., Malau, Artha, N., A, Umar, M., Hayati, Nur, Tri, Pamuji, T., & Purwanti, T. (2022). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (Ariyanto & T. Wahyuni, Putri (eds.); Issue February 2023). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022.
- Rumondang, A., Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Sitorus, S., Simarmata, J., Manuhutu, M., Sudarso, A., Hasdiana, D., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Santosa, T., & Budi, Y. R. (2021). Analisa Perkembangan Umkm Di Indonesia Pada Tahun 2017 - 2019. *Develop: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 57–64. <https://doi.org/10.53990/djep.v1i2.62>
- Sari Juwita, R. D., & Nurhayaty, M. (2024). *Penerapan go digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk pada umkm galendo*. 11–17.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration*, 22(1), 8–19.
- Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Sonny Indrajaya, I. (2024). *Manajemen pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Sugiyono. (2010). *Memahami penelitian Kualitatif*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif. K Ualitatif*.
- Suhayati, M. (2023). Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Info Singkat Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 15(II), 16–20.

- Sukarni, S., Khotimah, K., Nugroho, B. A., Triastuti, F. R., Fitriani, I., Baharimarbudi, P. O., Wijaya, R., Adha, R., Wardani, A., & Nurjanah, R. I. (2023). Digital Marketing dan Sertifikasi Halal Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Surya Abdimas*, 7(3), 473–481.
- Suprpto, Y. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM Artsya Laundry di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ...*, 4(4), 4978–4985. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2333%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/2333/1569>
- Syaodah, S., & Suyatna, R. G. (2024). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo melalui jaringan internet (online). Seiring berkembangnya teknologi ini semakin banyak Buaya Putih , Batik Bunga Combrang , Batik Wangun Pakis dan batik Padarancangan .* 2(1). <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Taradiva Adisty, & Rusdi Hidayat Nugroho. (2023). Strategi Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Bisnis Bakery. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 97–109. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v2i1.1319>
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 4. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Uva, I. M., Ariati, E., & Fantini, E. (2023). Digital Marketing and Marketing Communication Strategy at Ciwaringin Cirebon Batik Umkm as a Challenge in Technological Development. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(6), 1055–1068.
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zahro, F., Dzikrulloh, M. I., & Chasanah, U. (2024). *Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Persaingan Industri Usaha Pakaian Muslimah (Studi Kasus di Toko Alfabe Clothing).* 2(3).