

DAFTAR PUSTAKA

- Ahani, A., dkk. (2017). *Peran Media Sosial dalam Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen*. Jurnal Internasional Penelitian Ilmu Sosial & Ekonomi, 2(8), 2881-2887
- Achmad, D., & Pratiwi, Y. (2021). Strategi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Sektor Pariwisata. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 10(3), 201-215.
- Ahani, A., Rahim, N. Z. A., & Nilashi, M. (2017). Forecasting social CRM adoption in SMEs: A combined SEM-neural network method. *Computers in Human Behavior*, 75, 560–578. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.032>
- Eriyanto, E. (2018). Disrupsi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9945>
- Aditya, R., dkk. (2021). *Peran Media Sosial dan Influencer Marketing dalam Membentuk Citra Destinasi Wisata Halal*. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(1), 12-25.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- David, Fred, R. 2010. *Strategic Management*. *Manajemen Strategis*. Edisi Keduabelas, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmansyah, A., Sutardi, A., Afgani, K. F., Susanto, E., Syaputri, A. R., & Khaerani, F. R. (2021). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Wisata Pantai Berbasis Digital (Kasus Wisata Pantai Desa Sawarna, Kec. Bayah, Lebak, Banten).
- Ferina Nurlaily, O., Asmoro, S., & Aini, K. (2021). Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356. <https://www.liputan6.com/>.
- Fauzan, M. (2023). *Ekowisata dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Situ Cipanten Majalengka*. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(3), 201-215.

- Gunawan, R. D. (2023). Strategi Konten Video Pendek di TikTok untuk Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Lokal. *Jurnal Komunikasi Digital dan Bisnis*, 4(1), 1-15.
- Gayo, HD (2017). *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan, dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Huda, N. (2019). *Ekonomi Syariah Kontemporer: Strategi Bisnis dan Pemasaran Halal*. Jakarta: Kencana.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). “Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Karyawan” *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Organisasi (JUMBO)*, 5(2), 1-15.
- Handayani, R., & Sutisna, D. (2021). *Peran Literasi Digital dalam Penguatan Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 112-125.
- Kurniawan, A., et al. (2024). Local Economic Development through MSMEs. *International Journal of Economics and Management Studies*, 11(1), 33–47.
- Kusuma, Diana Fitri & Sugandi, Mohamad Syahriar. (2018). *Strategi pemasaran lewat media sosial Instagram pada Dino Donuts: Analisis masalah dan solusi komunikasi pemasaran*. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 12(4), 200-215.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edisi ke-15. Pearson Education, Inc. (Diterjemahkan oleh Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kholid, M., & Sari, D. F. (2019). Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(2), 121-135.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 17*. (Diterjemahkan oleh Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Pedoman Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Digitalisasi*.

- Diperoleh dari <https://www.kemenkopukm.go.id/pedoman-digitalisasi-umkm>. (Akses 15 Januari 2024).
- Nur Fadilah (2020) Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah . Institut Agama Islam Faqih Asy'ari Kediri, Indonesia
- Narbuko, C., & Achmadi, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial* . J
- Nurjannah, S., & Hidayat, R. (2020). Analisis Dampak Pemasaran Digital Syariah terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(2), 140-155.
- Putri, D. R., & Hidayat, R. (2020). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 20(2), 120–132.
- Philip Kotler, dkk, Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia, (Indonesia: Indeks, 2010).
- Prawira, S. (2024). *Analisis Korelasi Kualitas Konten Visual Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(1), 40-55.
- Pratama, D. A., & Wibowo, R. A. (2021). Model Pengembangan Ekowisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Lokal dan Digitalisasi UMKM. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 18(1), 50-65.
- Pramiyati, T., & Yulnelly, R. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pengumpulan Data* . Yogyakarta.
- Rahman, F., & Amin, M. (2023). Pengaruh UMKM terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 95–108.
- Rahman, Iik Arif & Panuju, Redi. (2017). *Strategi komunikasi pemasaran produk Fair N Pink melalui media sosial Instagram*.
- Rahmawati, A. (2020). *Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM di Era Pandemi COVID-19*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 45–60.
- Rahayu, A., & Widodo, A. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Penjualan UMKM di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 32-45.

- Sari, M., & Nugroho, A. (2021). Pemberdayaan UMKM sebagai Strategi Pengurangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 12(1), 45–58.
- Syarifudin, B. (2024). *Pemanfaatan Instagram dan TikTok Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata dan Dampaknya Pada Minat Kunjungan Generasi Z*. Skripsi Sarjana. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas XYZ.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryana, A., & Utomo, J. (2022). Optimalisasi Facebook Marketing Sebagai Solusi Pemasaran *Low-Cost* Bagi UMKM Pedesaan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), 98-112.
- Suwendra, D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Pengamatan dan Pencatatan Sistematis*. Bandung
- Santoso, R., & Widiyanto, T. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kawasan Pariwisata*. *Jurnal Manajemen dan Pariwisata*, 12(2), 120–13
- Sucipto, Toto, & Limbeng, Julianus. (2007). *Study Tentang Religi Masyarakat Baduy di Desa Kanekes Provinsi Banten*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Direktorat Jendral Nilai Budaya dan Film.
- Tambunan, T. (2019). The Role of Micro, Small and Medium Enterprises in Reducing Poverty and Unemployment in Indonesia. *Journal of Development Economics*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Strategi Pemasaran: Perspektif Digital dan Kewirausahaan*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Untari, Dewi & Fajariana, Dewi Endah. (2018). *Penggunaan Instagram sebagai alat promosi oleh Subur Batik: Membangun identitas visual bisnis*. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(3), 150-165.

Wirahadi, I., dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Makanan dan Minuman*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 45-60.

Yulianti, E., & Pratama, D. (2022). *UMKM dan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Regional*, 15(3), 210–223.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**