

DAFTAR PUSTAKA

- Afriany, J., & Assrani, D. (2024). *Optimalisasi Peningkatan Penjualan Menggunakan Media Sosial Tiktok*. 4(4), 395–401.
<https://doi.org/10.47065/jpm.v4i4.1531>
- Al Amin, I. H., Untari Ningsih, D. H., Handoyo, J., Mahasinul Akhlak, M. L., Lusiana, V., & Hartono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 573–583.
<https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i3.2862>
- Amalina, A. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Perekonomian Nasional. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 13(2), 338–348.
- Aqillah, M., Zidna, S., Nikhal, Z., Puspita, A., & Neuneu, D. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. 2(1), 109–118.
- Artikel, I. (2025). *Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital bagi UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing di Perusahaan Celcius*. 6(4), 5385–5393.
- Artikel, J., & Online, T. (2024). 1, 2 12. 7(18), 435–447.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92.
<https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Azis, M., Hasan, M., Azis, F., & Arisah, N. (2021). *Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran : Studi Kasus pada Bisnis Kuliner*. 1419–1432.
- Bazher, N. M. (2020). *Dinamika Terbentuknya Wilayah Kampung Arab di Surakarta The Dynamics of Kampung Arab Development in Surakarta*. 18(2), 249–264.
- Bengkalis-riau, K., & Susie, S. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro*

- Kecil dan Menengah (UMKM)*. 29(1), 1–10.
- Bisnis, P. E., Kontingensi, F., & Tingkat, D. A. N. (2017). *Pengaruh etika bisnis, faktor kontingensi dan tingkat penggunaan internet terhadap daya saing*. 32, 550–571. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i4.426>
- BUKHORI, S. A. R. (2019). *What Is Strategy ?* 1–6.
- Cahyani, D., Firmansyah, D. D., Oktaviani, D., & Sesilia, D. A. (2024). *Optimalisasi Pemasaran Digital dan Keterampilan Kreatif bagi UMKM Toko Buket bunga untuk Meningkatkan Kualitas dan Penjualan*. 2(4), 709–714.
- Chandra, E., Yulianto, E., Iqbal, M., & Abdillah, Y. (2023). *Effect of Porter ' s Generic Competitive Strategy and Service Quality on Customer Satisfaction and Competitive Advantage : In a Small-Scale Clothing Business at the Shopee MSME Campus in Malang*. 4, 297–306.
- Cresswell. (2014). Studi kasus (*John W . Cresw ell*) Oleh Yani Kusmarni. 1–12.
- Davis. (1993). *Davis1993IJMMS.pdf*.
- Desa, U., Sumberbulu, W., & Pendem, D. (2025). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Kelompok Kewenangan Berdasarkan Hak Asal Usul dan Kewenangan Lokal Berskala Desa menentukan*. 5(1), 355–361.
- Digital, E., Septiani, A. D., Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P., & Sapriani, E. (2024). *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting Peran dan Tantangan Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah*. 1(10), 1107–1118.
- Fadhilah, N., Hasibuan, A., Harahap, D. N., Syariah, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Negeri, U. I., Utara, S., Estate, M., & Serdang, K. D. (2023). *Memperkuat posisi daya saing perusahaan*. 1(1), 79–85.
- Feoniy Amanda Putri, & Munawaroh Munawaroh. (2025). *Analisis Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Terhadap UMKM di Era Globalisasi*. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 3(1), 148–158. <https://doi.org/10.55606/mri.v3i1.3452>
- Firah, A., Elyas, A. H., & Gustiana, Z. (2024). *Peningkatan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Cloud dan Digital Marketing*. 3(1), 14–22.

- Firdausiyah, A. R. (2025). *Jurnal Sinabis*. 1, 1185–1188.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Markeing bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Untuk Bersaing di Era Pandemi. 16, 32–41.
- Haki, U., Prahastiwi, E. D., Hasibuan, N. S., Bangsa, U. B., Selatan, U. T., & Info, A. (2024). *Strategi Pengumpulan dan Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif*. 1–19.
- Hanifah, S., & Raharja, I. (2025). *Pengaruh Strategi Pemasaran , Kualitas Produk , dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus UMKM Kuliner Kabupaten Cianjur)*. 5(3), 1905–1916.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Harjadi, D., Fatmasari, D., & Nurhasanah, A. S. (2020). *Market Orientation And Product Innovation To Increase Competitive Advantages And Its Impact On Marketing Performance*. 12, 12–21. <https://doi.org/10.24235/amwal.v1i1.5457>
- Hendarsyah, D. (2020). *Pemasaran digital dalam kewirausahaan*. 9(1), 25–43.
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawati, H. (2019). *Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 2(1990), 25–36.
- Ihsan, R. M. (2022). Nasib Para Pengusaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Selama Covid-19. *Journal of Digital Communication and Design*, 1(2), 86–93.
- Information, A. (2025). *Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal : Membangun Identitas Produk UMKM NTB Dalam Pasar Global*. 8(3), 235–243. <https://doi.org/10.32493/frkm.v8i3.51419>
- Inovasi, J., Penelitian, H., & Vol, P. (2023). 1 , 2 , 3. 3(1), 69–75.
- Irawan, D. (2020). *Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha*. X(2), 103–116.
- Jamiat, N., Studi, P., Bisnis, A., & Komunikasi, F. (2020). *Pemanfaatan Digital*

- Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung*. 6(1), 1–15.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Junaedi, D., Ananda, M., Oktavia, Y., Wulandari, N. I., & Fadila, N. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Bisnis UMKM*. 1(2).
- Jurnal, J., Mea, I., & Yunus, R. M. (2022). Tantangan UMKM dalam Memasuki Pemasaran Digital di Masa Pandemi Covid-19 JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). 2020, 1689–1698.
- Karmila. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran UMKM Fashion: Tinjauan Tentang Inovasi Bisnis dalam Meningkatkan Jangkauan Pasar. *Karimah Tauhid*, 2(6), 2602–2611. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i6.9191>
- Kelurahan, D. I., Sari, M., Sawit, D., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Pemasaran Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). 1(1), 1–17.
- Kewirausahaan, D. A. N. (2025). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia : Tinjauan Literatur Terbaru. 2(3).
- Khairul Anwar pulungan, E. P. N. (2023). Al-Ihsan : Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah. *Al-Ihsan : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 01(01), 01–05.
- Komunikasi, J. (2017). *LUGAS Jurnal Komunikasi ISSN 2580-8338 Volume I, Nomor 02, Desember 2017*.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan model peningkatan daya saing UMKM di Indonesia: Validasi kuantitatif model. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 77.
- Literatur, S. S., & Rosyadi, M. Z. (2018). *Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (sebuah studi literatur)*. 1, 14–23.
- Mariana, R., Wadu, B., & Kraugusteeiana, K. (2025). *Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi : Peran Strategis Literasi Digital*

- Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform. 14, 1608–1618.*
- Meningkatkan, G., & Saing, D. (2023). *Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm. I, 29–37.*
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). *Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. 13, 1–14.*
- Mulyanto, D., Budi, A. P., Surakarta, P. I., Surakarta, K. L., & Tengah, J. (2025). *Penerapan Pemasaran Digitak dan Kinerja UMKM: Dukungan Faktor Lingkungan Internal. 14(2), 301–313.*
- Museliza, V., Rahma, S., & Suryadi, N. (2023). *The Literacy Importance of Halal Certification Socialization for Micro , Small and Medium Enterprises in Pekanbaru City Literasi Pentingnya Sosialisasi Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Pekanbaru. 1, 122–130.*
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal IMPACT: Implementation and Action, 2(2), 39.*
<https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nirmalasari, D. (2024). *Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM). 02(02), 175–186.*
- Octavia, A., Fitri, L. E., Sriayudha, Y., & Setiawan, D. (2024). *Pengembangan Potensi Masyarakat Melalui Kegiatan Dlt-Mbkm Membangun Desa Di Kelurahan Tahtul Yaman Kota Jambi. 3(3), 135–144.*
- Oleo, U. H., Konsumen, L., Kendari, K., Digital, E., Kendari, D. K., & Business, W. (2025). *Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Loyalitas Konsumen pada UMKM Kota Kendari di Era Digital. 3, 100–105.*
- Pranata, W. A., Valevi, S. R., & Sari, R. I. (2023). *Social Media as a Tool in Improving Public Relations in the Digital Marketing Era : Qualitative Insights. 11(3), 1211–1220.*
- Prayuko, B. V., Arif, K. A., Herwindo, R. P., & Dewi, M. (2024). *Revitalisasi Arsitektur pada Kawasan Panjunan sebagai Kampung Wisata Warisan Budaya dalam Mendukung Pembangunan Pariwisata di Kota Cirebon. 1(2),*

1–15.

- Putri, K. L. T., & Sariyani, N. L. P. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Padangsambian. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 189. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.10055>
- Putri, P. M., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online*. 5(1), 25–36.
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280.
- Ridho, W., & Azka, S. L. (2023). *Optimalisasi Branding UMKM Rempeyek “ Mak Sri ” Melalui Pengembangan Desain Kemasan Produk dan Pemanfaatan Digital Marketing*. 2(3).
- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, & Riki Gana Suyatna. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Rusnendar, E., Musadat, I. A., Pramayuda, A., & Manajemen, P. S. (2024). *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. 23(1), 195–198.
- Rustian, L. A., & Widiastuti, T. (2020). Daya Saing Usaha Mikro Kecil : Modifikasi Porter Diamond Model. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 147–158. <https://doi.org/10.37470/1.22.2.169>
- Sakir, S., Pribadi, U., Mutiarin, D., & Primayudi, K. (2025). *Integrasi Potensi Wisata Desa dan UMKM Berbasis Budaya menuju Desa Mandiri Budaya di Kalurahan Wirokerten , Kabupaten Bantul*. 28(1), 94–107.
- Santi, I. N., Parawangsa, I., Parani, S. B., & Lamusa, F. (2024). Eksplorasi Faktor Penghambat Adopsi Digital Marketing pada UMKM di Kota Palu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 207–222. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v21i2.15036>
- Saputra, W., Mutmainnah, N., Arsitektur, T., Teknik, F., & Gorontalo, U. N.

- (2024). *Collective Memory Masyarakat Panjunan dalam Menentukan Identitas*. 6(1).
- Sawunggaling, A. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM*. 1–33.
- Sharabati, A. A., Ali, A., Ali, A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). *The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs : An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations*. 1–25.
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan media sosial (digital marketing) untuk pemasaran produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100.
- Sodik, J., Ciptandi, F., & Wirasari, I. (2023). *Panduan Dasar Konsep Perancangan Identitas Visual Kawasan Kampung Wisata Arab Panjunan Cirebon Pendahuluan*. 11(1), 116–129.
- Solikhati, A. N., Febriyanti, D., Fibrianto, D., Amaleo, S., & Dien, S. (2023). *Penerapan E-commerce dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha UMKM WINSHOP*. 4(01), 61–66.
- Suarna, I. F., Marhamah, M., & Nurhalijah, I. S. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui E-Commerce Di Desa Bojong Kalapa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 177–184.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Sumiasih, K., & Artikel, I. (2018). *Peran BUMDes Dalam Pengelolaan Sektor Pariwisata (Studi di Desa Pakse Bali , Kabupaten Klungkung)*. 565–585. <https://doi.org/10.24843/JMHU.2018.v07.i04.p10>
- Supriono, A., Damascena, C. R., Ridjal, J. A., Kuntadi, E. B., Rondhi, M., & Zainuddin, A. (2025). Digital Marketing Sebagai Strategi Pengembangan dan Inovasi Produk Kopi Bikla di Desa Bangsalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(September), 19–32.
- Suriadi, A., & Suryani, I. (2019). Kampung Arab Al-Munawar 13 Ulu Palembang Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah Lokal. *Jurnal Historia Volume*

- Kampung Arab Al-Munawar 13 Hulu Palembang Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah Lokal. *Jurnal Historia* Volume., 7(2337-4713 (E-ISSN), 45–60.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Susassri, N., Mawikere, F. R., Thomas, F., Budaya, F. I., Sejarah, J. I., Ratulangi, U. S., & Nilfaauliasusassriyahoom, E. (2017). Sejarah Kampung Islam di Kecamatan Tuminting Kota Manado Tahun 1945-2015. *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi*. 1(2), 1–10.
- Suyanto, U. Y. (2021). *Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E- Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan)*. 4(1), 189–198.
- Swesti, W. (2019). Masyarakat Di Banda Aceh. *The Social-Cultural Impact of Tourism In Banda Aceh*. 13(2), 49–65.
- Utarindasari, D., Saing, D., & Digital, S. (2023). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhakti Yustisia Transformasi Transformasi Digital Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Cilengsi : Pengabdian Dalam Implementasi Solusi Inovatif*. 1(1).
- Wibowo, D. H. (n.d.). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). 29(1), 59–66.
- Widyastuti, A. T., & Widjaja, G. P. (2018). *The Merah Mosque And The Asy Syafi'i Mosque Considered As Landmarks Based On The Local Community's Recognition in Cirebon's ArabPanjunan Kampong*. *Jurnal RISA (Riset Arsitektur)*, 02, 17–34.
- Zvarimwa, C., & Zimuto, J. (n.d.). *Valuable , rare , inimitable , non-substitutable and exploitable (VRINE) resources on competitive advantage*. 1, 9–22.