

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyono, Niko Garuda, Tantri Yanuar Rahmat, dan Rina Anindita. 2021. *“Digital Marketing Strategies To Increase Online Business Sales Through Social Media.”* Journal of Humanities, **Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)** 1(2):31–37.
- Akbar, M Syahnur, Muhammad Kholil, Ria A, 2015. Analisa Strategi Pemasaran Terhadap Performance Kerja dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT. **Jurnal Ratih Volume 1 Edisi 1 ISSN 2407-8670.**
- Ariyanto Aris, Dede Andi, Muhammad Abid, at.all (Ed), 2021. **Entrepreneurial Minndsets & Skills.**Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Budianto, A. 2015. **Manajemen Pemasaran.** Yogyakarta: Ombak, 11-57.
- Chrismardani Yustina, 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi untuk UMKM. **Jurnal NeO-Bis.** Vol 8, No. 2.
- Cipta, H., & Hatamar. (2020). **Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia.** Dalam *ANALISIS SWOT* (hal. 38). Bangka Belitung: shiddiq press.
- Cravens, David W., et al. (1997) *“Integrating contemporary strategic management perspectives.”* *Long Range Planning* : 474-506.
- DataInonesia.id, 2022. **Pengguna Internet di Indonesia.** <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2023.
- Datareportal, 2022. **Digital 2022 : Indonesia.** <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. Diakses pada tanggal 18 Maret 2023.
- Direktorat Diseminasi Statistik, 2023. **Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2022.** Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Erwin Suryatama dan Adi pamungkas, 2014. **Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis,** Surabaya: Ditien Peternakan.

- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2020. **Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman**. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Helianthusonfri,Jefferly. 2019 **Belajar Social Media Marketing**.Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayah, N. 2018. **Analisis strategi digital marketing dalam membantu penjualan living space dan efo store**.
- Ibad,Syamsul.Arifin, Rois. Priyono,Agus. Pengaruh Bauran Pemasaran (*Product,Price,Place,Promotion,Process, People and Phsysical Evidence*) Terhadap Keputusan Pembelian. **e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen**.
- Ismail, M. Wahyu. 2021. Strategi Pengembangan Bisnis dimasa Pandemi COVID- 19 terhadap Pendapatan Bulanan di Panche Hub Coffee and Art Space dengan Menggunakan Analisis SWOT. Jurusan Administrasi Bisnis. Program Studi Manajemen Bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya. **Tidak dipublikasikan**.
- Karami, Ilha Rafdi, dkk,. 2021. **Perancangan Strategi Pemasaran pada Kedai Kopi Balada Menggunakan SWOT dengan Metoda Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)**. *e-Proceeding of Engineering*. Vol.8, No.5, Oktober 2021.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2021. **UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia**. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023.
- Kementrian Koperasi dan UMK RI, 2022, **Menkop UKM ungkap 20,5 juta UMKM telah go digital dari target 30 juta di 2024**. <https://nasional.kontan.co.id/news/menkop-ukm-ungkap-205-juta-umkm-telah-go-digital-dari-target-30-juta-di-2024>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2023.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. 2016. *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Media, Indonesia 2021. **Riset : 74,5% Konsumen lebih banyak berbelanja online dari pada offline**. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/441793/riset-745-konsumen->

[lebih-banyak-berbelanja-online-daripada-offline. Diakses 24 Maret 2023.](#)

- Nuslih Jamiat 1 and Cahyadi Supyansuri 2 2020. Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*. 6, (1) 1-15.
- Noviana, Darma 2020. Exploring Digital Marketing Strategies During the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik* 4 (3) 2257-2262.
- Pearce, j. a, & Robinson, R. B. 2013. **Manajemen Strategis (Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian)**. Jakarta: Salemba Empat.
- Pemerintahan, Indonesia. 2021. *Undang-Undang No.17 Tahun 2021 tentang Peraturan Pemerintah tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaga Negara RI Tahun 2021, No. 17. TLN No.6619, jdih.Setkab.go.id : 92 hlm.
- Pratama, I Wayan Adi Pratama. 2022. **Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)**. Padang: PT.Global. Eksekutif Teknologi.
- Rahmatul Jannatin N., M. W. (2020). **Penerapan Digital Marketing Sebagai Startegi Pemasaran UMKM. Jurnal Impact: Implementation and Action**, Volume 2, Nomor 2.
- Rauf, Abdul. 2021. **Digital Marketing : Konsep dan Strategi**. Cirebon: Penerbit Insania.
- Richard L. Daft, 2010, **Era Baru Manajemen**, Edward Tanujaya, Edisi 9,Salemba Empt.
- Suryatama, Erwin. 2014. Analisi SWOT. Bandung : Kata Pena.
- Sufaidah,Siti. Asrayi,Taufiqur Rohman. 2021. *Design AI in Digital Marketing (Cross Selling Method)*. *Newton: Networking and Information Technology*. 1(2).51-56.
- Widiastuti, E., & Surendra, A. (2020). Digital Marketing: Competitive Superior Strategy in the Industrial Revolution 4.0. *Jurnal Mantik*, 4(2), 1469-1475.
- Yulianti Farida, Lamsah, Periyadi, 2019. **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta: Deepublish

Yunus,Eddy. 2016.**Manajemen Strategis**. Yogyakarta: CV.Andi Offset.