

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2017). INTEGRASI PERAN PENDIDIKAN TINGGI DALAM PENGUATAN SEKTOR UMKM. *MAJALAH ILMIAH INSTITUSI STIAMI*, 87(1,2), 149–200.
- Anggi Ariska Putri, A. N. (2023). *Analisis Ontologi Terhadap Peran Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Daerah Ngemplak Boyolali*. 2(01), 56–66.
- Anwar, K., Yunus, M., & Alfin, R. (2023). Digital marketing solusi pemasaran di era digital untuk meningkatkan omset penjualan UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 404–414. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19149>
- Asytuti, R., & Astuti, L. W. (2021). Pengaruh Keamanan Produk , Digital Marketing dan Motivasi Terhadap Omset Penjualan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(3), 131–142.
- Billa, S., Sanin, F., & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Media Sosial Tiktok PT Otak Kanan Untuk Membangun Brand Awareness Application of Digital Marketing in PT Otak Kanan’s Tiktok Social Media to Build Brand Awareness. *Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 74–83. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.252>
- Chandra, R. A., & Irwansyah, I. (2023). Pengembangan Kualitas Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Home Industry Madu Lebah Kelulut “Nano Alami.” *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 54. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17985>
- Edi Kurniawan, Nofriadi, D. M. (2021). Sosialisasi digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan produk umkm. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 31–36.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Frederich, R., Purba, S. F., Trisakti, U., & Riset, B. (2023). *Peranan pendidikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di indonesia 1,2*. 123–136.
- Gitleman, L., & Kleberger, J. (2018). DEFINISI, KRITERIA DAN KONSEP

UMKM. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents.*

- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian Kualitatif. In *CV.Pena Persada*. <http://repository.uinsby.ac.id/id/eprint/167/>
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). Media penelitian kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Hendro, J., & Arlinda, S. (2020). Pengaruh Program Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (Jak Prenenur) Terhadap Omset Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid 19 di Wilayah Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 31–43. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.312>
- Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan Omset Penjualan Kelompok Pengrajin Keset melalui Online Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(1), 52–60. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.4819>
- Karisma, J., & Saputro, S. (2023). Penerapan Era Digital Marketing Pada UMKM Zahira Olshop Batam. *ARSY : Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 3(2), 277–283.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Masni, M., & Saleh, H. (2022). Implementasi E-Marketing Dan Etika Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bagi Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1777>
- Muhammad Ikhsan, & Muhammad Hasan. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39–46. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i1.41>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian

- Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.  
[http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx)
- Nofirda, F. A., Ahmad, I., Syavira, A., Ramadhanti, N., Marsyhandya, N. H., & Syakilla, M. (2023). Upaya Peningkatan Omset Penjualan Dengan Penggunaan Digital Marketing Dan Ekonomi Hijau Melalui Packaging Pada “Usaha Kue Nona Manis.” *Community Development Journal*, 4(2), 2414–2421.
- Nugrahani, F. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. 1(1), 305. <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Nugraheni, N. I. (2024). *Word of Mouth ( WoM ) dalam Komunikasi Pemasaran Industri Rumah Tangga ( IRT ) Jamu di Pamekasan Madura*. 4(2), 746–755.
- Nurasyiah, M. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Umkm Warung Jepang Mami Ale Telagasari. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 322–330. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.151>
- Nurul, A., Zubainur, C. M., & Munzir, S. (2021). ANALISIS STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI KRISIS DI ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2377–2393.
- Puspita, D., Anggraeni, L., Khumaidi, A., & Wati, R. (2023). *SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK MELALUI ( INTERNET MARKETING) PADA UMKM*. 1(1), 155–160.
- Rahmawati, Setiawan, E. A., & Muinah Fadhilah. (2023). Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 2(4), 287–292. <https://doi.org/10.55826/tmit.v2i4.286>
- Rauf, A. (2021). Digital Marketing: Konsep dan Strategi. In □□□□□ (Issue September).
- Rofiq, M. A., Nawawi, M. A. A., Syafitr, R. I., Ektiarnanti, R., Maenadi, D., & Alfarda, W. N. (2020). Transformasi Bisnis Kreatif Micro Entrepreneur Dalam Mempertahankan Omset Di Masa Covid-19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi, September*, 489–497. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/292>

- Sasono, H., & Dharma Bumiputera, S. (2022). *Memperluas Target Penjualan Umkm Melalui Digital Marketing Expanding Msme Sales Targets Through Digital Marketing*. 2(4), 89–99. <http://prin.or.id/index.php/nusantara89>
- Setiana, F. A., & Kurniawan, N. (2023). Analisis Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Omset Penjualan Produk Rabbani Perspektif Ekonomi Islami. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 33–39. <https://doi.org/10.57151/jeko.v2i1.115>
- Setiawan, R., Afriyani, F., Meiriasari, V., & Ratu, M. K. (2023). *Meningkatkan omset penjualan umkm di desa alai selatan kabupaten muara enim melalui pelatihan strategi pengembangan sdm*. 7(September), 2097–2101.
- Sholawati, L. D., Laila, Z. F., Kumaeroh, N. A., & Syalima, I. (2020). Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku Umkm Melalui Digital Marketing Di Tengah Pandemi Covid-19 Dusun Karanganyar. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v1i1.3206>
- Sholeh, M., & Pranoto, A. (2023). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI PARA PELAKU UMKM DI KECAMATAN SEDAYU BANTUL SEBAGAI UPAYA UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK*. 05(01), 1–9.
- Siregar, N. A., Lista, L. N., Samosir, F. D., & Silalahi, P. R. (2023). Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Umkm Di Laut Dendang Kec.Percut Sei Tuan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 123–129.
- Soleha, A. R. (2020). Kondisi UMKM Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekombis*, 6(2), 165–178.
- Sufiani, Z. (2022). Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.
- Sutisna, I. (2020). Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1), 1–15. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik-Analisis-Data-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syuhada, A. (2022). Dan Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ( Umkm ). *Skripsi*, 2(2016), 95–99.

- Tri Handayani, E. E. (2023). *UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DALAM PENINGKATAN OMSET PADA UMKM "CITRA RASA CAKE & SNACK" DESA KALIGELANG KECAMATAN TAMAN KABUPATEN PEMALANG*. 3(1), 19–21.
- Tyas, S. A. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Pendekatan Religius Pada Seblak Abah Jember. In *Skripsi*.
- Utomo, S. H., Qurrata, V. A., Purnamasari, V., Seprillina, L., Malang, U. N., Pembangunan, E., Ekonomi, F., Malang, U. N., Sosial, M., & Penjualan, O. (2019). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah Alas Kaki Berbahan Kulit. *Jurnal Karinov*, 2(1), 1–5. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/8267/3932>
- Wartika, I. M. B. L. P., Putra, A. A. P., Mahendra, Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsa, I. N. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi Empowering MSMEs through the Introduction of Digital Marketing, Especially Social Media As A Means of Promotion in the Pandemic Era. *Panrita Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 285–292. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Yulita, R. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Digital Untuk Peningkatan Pendapatan Pelaku Umkm Di Kelurahan Tangkerang Barat, Kecamatan Marpoyan Damai. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v1i1.1>