

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Adinugraha, R., & Mutiara, W. K. (2024). *ANALISIS SWOT DAN STP (SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING) UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM – MIE BERGAYA Restu. 1192*, 540–549. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. 2(2). <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Ahwal, H., Makmum, M., & Ilham, M. (2025). *Penyuluhan Literasi Keuangan Pada Ibu Rumah Tangga Parit Sulawesi dalam Keuangan Keluarga Financial Literacy Education for Housewives in Parit Sulawesi in Family Finance*. 5(2), 242–248. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i2.21452>
- Arianti, B. F., & Azzahra, K. (2020). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan*. 9(2), 156–171. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>
- Arumsari, N. R., & Lailiyah, N. (2025). *Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang*. 11(1), 92–101. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Avista, D. R., Arofatul, U., & Langit, S. (2025). *Literasi Digital dan Penguatan UMKM : Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil*. 3(2), 55–60. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Awaluddin, S. P., Sultan, S., Handayani, L., & Rachman, S. H. (2025). *Edukasi Literasi Keuangan Keluarga untuk Pengelolaan Konsumsi Rumah Tangga yang Efisien di Era Digital*. 4(1), 2574–2581. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2016>
- Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Nabila, S., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). *Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital*. 7(204), 435–453. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21760>
- Creswell, J. W. (2016). *RESEARCH DESIGN Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4 ed., hal. 1–368). Pustaka Belajar. Yogyakarta.

- Desiana, R., Warmansyah, I., & Yenrizal. (2026). *Inisiasi Produksi Sabun Cuci Piring Skala Rumah Tangga dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Perempuan di Desa Danau Baru* *Initiation of Household-Scale Dishwashing Liquid Production in Promoting Women 's Economic Independence in Danau Baru Village*. 1(2), 91–97. <https://jolens.org/index.php/jolens>
- Erika Dwi Rahmawati, Diva Fitriyatin Nufus, & Mohamad Bastomi. (2024). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Strategi Pemasaran Pada Kerajinan Rotan (Studi Kasus: UMKM Teq Production). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(3), 37–58. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.861>
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol XII No(1), 1–6. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/279>
- Fajriah, Y. (2025). Strategi Adaptasi UMKM Konsumen Di Era Digital Terhadap Perubahan Tren. *Jurnal Economia*, 4, 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v4i1.1522>
- Fathurrochman, I., Endang, Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas*. 6(1), 1–12. <http://dx.doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>
- Fau, L. O., Sari, V., Farhan, M., & Sari, V. N. (2025). Penerapan Pemasaran Digital dan Keterlibatan Konsumen Pada UMKM Kadija Hijab. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(9), 4125–4131. <https://doi.org/10.59837/rs5sxk58>
- Felisa Windy Mamonto, Willem J.F.A Tumbuan, & Mirah H. Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Y. Novita & M. Hum, Ed.; hal. 1–206). PT. Global Eksekutif Teknologi. Sumatera Barat.
- Gaol, N. L. D. H. L., Harkim, H., Sirait, S. P., Sugiharto, B., & Parulian, E. (2024). Literasi Ekonomi Digital Para Pelaku UMKM sebagai Upaya Optimalisasi Tata Kelola Bisnis. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 14097–14102. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6568>

- Gunawan, A., & Arif, M. (2021). Pengujian Konstruksi Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 291–303. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Hartanti, M. F. P., Mardita, C. N., Tirta, M., Putra, A. R. A., & Setyaningrum, I. (2023). Literasi Pemasaran Digital dan Teknologi Keuangan Sebagai Sarana Peningkatan Omset UMKM di Probolinggo. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 113. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.922>
- Hasibuan, U. S., Annas, F., Lubis, A. R., & Wandira, R. (2023). *Optimalisasi Pemasaran Digital dengan Integrasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan Online*. 02(02), 356–369. <https://journal.makwafoundation.org/index.php/jovishe>
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtyas, R. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(1), 135–152. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>
- Ikhsan, N., Kristiyanto, A., & Eriana, E. S. (2025). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM SISTEM INFORMASI*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Isnaeni, N. L., Aryanti, D., Maharani, B., & Aulia, A. D. (2025). *Peran Ibu PKK Dalam Mendorong Pemberdayaan UMKM di Era Digital*. 8(2), 231–238.
- Kushariyadi, Firmansyah, A. M., Nalle, M. N., Bobihu, S. W. I., Windi, Rukmana, I. H. R., Purwati, T., Binastuti, S., & Suhendro, P. (2024). *Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 2, hal. 306–312). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. Batam.
- Murni Sofiah, Sri Ramadhani, & Nur Ahmadi Bi Rahmani. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122–141. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i2.7288>
- Nafiah, B. K., & Mala, I. H. (2024). *EKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI*. 8(5), 37–42.
- Nurasyiah, M. S., Mohammad, U., & Fadli, D. (2023). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA UMKM WARUNG JEPANG MAMI ALE*. 1(3), 322–

330. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i1.xx>

- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 192–202. <https://jurnal.unugha.ac.id/index.php/amn/article/download/167/107/>
- Oktabriyantina, W., Yusuf, M. G., Sanjoko, D. C., & Khusniati, N. (2025). Pelatihan Literasi Keuangan Keluarga. 02(02), 1–7. <https://jurnal.line.or.id/index.php/jpisi/index>
- Padilah, M., Ningsih, P. apria, & Putri, N. S. (2025). Pengaruh Faktor Demografi terhadap Tingkat Literasi Keuangan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi , Indonesia Data hasil survei otoritas jasa keuangan terhadap literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia sebagai berikut : *Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 2(1), 115–129. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8792>
- Petaya, L. J., Trishananto, Y., Kumalasari, Y., Mualifah, M., Hastuti, R. D., & Lestari, A. (2024). Pendampingan pemasaran UMKM berbasis digital melalui website marketing. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(3), 263–274. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i3.1041>
- Pramana, W., Noviarita, H., & Anggraeini, E. (2022). Analisis Digital Marketing dan Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Pendapatan Pelaku Industri Kecil dan Menengah di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1526–1531. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5742%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/5742/2352>
- Pratiwi, I. G. A. M. A. M. A. (2024). Peran Literasi Keuangan dan Penggunaan Produk Perbankan terhadap Perencanaan Keuangan Rumah Tangga di Provinsi Bali. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 3(2), 522–530. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v4i4.504>
- Priyono, S., & Rohmah, M. (2022). Literasi Ekonomi Keluarga Dan Pengelolaan Uang Saku (Studi Mahasiswa prodi pendidikan ekonom Dari Literasi Ekonomi Keluarga Dan Pengelolaan Uang Saku). *Ilmiah pendidikan dan ekonomi*, 6(2), 86–94. <https://journal.unuha.ac.id/index.php/utility/article/view/1700>
- Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Revida, E., Purba, S., Purba, P. B., Sari, A. P., Hasyim, Y., Butarbutar, M., Fuadi, Aznur, T. Z., Purba, B., & Rahmadana, M. F. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah* (A. Karim & J. Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Putri, N. ., & Cahyono, A. . (2025). PENGUATAN KAPASITAS PEREMPUAN UMKM PANGAN MELALUI PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL

BERBASIS MEDIA SOSIAL. *Jurnal Budimas*, 07, 1–7.

Rahma Tanjung Sari, T., & Tjipto Subroto, W. (2023). Pengaruh literasi ekonomi, e-commerce, lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 149–161. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8792>

Rukmawati, D., & Sholihah, D. D. (2025). Optimalisasi Pemasaran Berkelanjutan UMKM Kuliner Melalui Pendampingan Digital Marketing. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(2), 39–45. <https://doi.org/10.25134/jise.v4i2.144>

Saeka, S., & Asraf. (2025). Kewirausahaan tentang Literasi Keuangan : Wawasan Kualitatif tentang Strategi Pemasaran Digital di Kalangan UKM di Sulawesi Tenggara, Indonesia Entrepreneurship on Financial Literacy : Qualitative Insights into Digital Marketing Strategies Among SMEs in S. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1, 11396–11406. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/2778>

Saputra, R., Devi, Y., & others. (2025). Ancaman Transformasi Digital Dan Disrupsi Digital Terhadap Keberlangsungan Umkm Dengan Resiliensi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11).

Sarosa, S. (2021). *Analisis Penelitian Kualitatif*. PT. Kanisius. Yogyakarta.

Seisu, O., Fahma, A. Z., & Cathliniyah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Lontar, Kota Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional*, 828–838.

Shalahuddinta, A., & Susanti. (2021). Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga, Pengalaman Bekerja Dan pembelajaran Di Perguruan Tinggi Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Pendidikan Akutansi*, 2(2), 1–10. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jpak/article/view/9134>

Sidik, S. (2025). *ARSY : Aplikasi Riset kepada Masyarakat Introduction to Digital Marketing as a Business Strategy for Housewives in Losarang Village , Indramayu Regency , West Java Pengenalan Digital Marketing Sebagai Strategi Usaha Ibu Rumah Tangga Di Desa , Kecamatan Lo*. 6(2), 598–606 <https://doi.org/10.55583/arsy.v6i2.1494>.

Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, 1(1), 360–371. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI>

- Sri Aderafika Sani, & Nuri Aslami. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(2), 28–33.
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. (2023). Economics and Digital Business Review Literasi Ekonomi , Literasi Keuangan , Literasi Digital dan Perilaku Keuangan di Era Ekonomi Digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261–279. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.331>
- Susilo, J., Anisma, Y., & Syofyan, A. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, 3(1), 1–10. <https://current.ejournal.unri.ac.id/>
- Wati, S. K., & Widodo, E. K. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM : Analisis Bibliometrik. 2. <https://jurnal.smartindo.org/index.php/ekobil>
- Wihartanti, L. V., Wibawa, R. P., Prasetyaningrum, I., & Isharijadi, I. (2021). Strategi Pemasaran Jamu Di Era Industri 4.0. *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v1i1.9580>