

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandro, R., & Irwansyah, M. R. (2020). Peranan SMK Negeri 3 Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Kota Palangka Raya. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 145–160. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i1.2103>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Chaffey, D., & Chadwick-Ellis, F. (2019). Strategy, Implementation and Practice. In *Digital Marketing*. www.pearson.com/uk
- Chaffey, D., & Smith, P. (2013). *E Marketing Excelent*. file:///C:/Users/windasari/Downloads/9780203082812_previewpdf.pdf
- Dewi, P., Dewi, K. S., Sindu, I. G. P., & ... (2024). Pemasaran Digital Tenun Songket Buleleng Bali. *BERNAS: Jurnal ...*, 3(2), 49–57. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/6976>
<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/download/6976/4077>
- Elsap, P. P. I., Arif, M., & Alam, S. (2024). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Toraja Utara. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 1472–1484. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6819>
- fuadilah habib, muhammad alhada. (2021). *Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif I*. 1(2), 82–110.
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Gede, I., Mertayasa, A., & Nugraha, A. R. (2024). *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Edunomika*, 08(02), 1–10.
- Irwansyah, M. R., & Vijaya, D. P. (2018). Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Startegi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Umkm Di Kecamatan Buleleng Tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v5i1.15571>
- Irwansyah, M. R., Yuniarta, G. A., & Suwena, K. R. (2024). Financial Performance of MSMEs: Effects of Financial Inclusion, E-Commerce Use, Education, and Product Innovation. *Financial Performance of MSMEs, Icemat 2023*, 97–109. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-411-2_9
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*.

- Kotler, P., & Keller, L. (2017). *Marketing Manajemen* (15th Editi). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laudon, Kenneth, C. T., & Carol, G. (2021). *E-commerce*.
- Li, H. A. (2016). *Digital Marketing : A Framework , Review and Research Agenda*. January.
- Lutriyani, D., Fasa, M. I., & Lutriyani, D. (2023). Economic Recovery Strategies through The Creative Economy Post-Pandemic Impact. *Islamic Economics Review Journal*, 02(01).
- Mahmudi, A. A., Sari, D. A., Pitaloka, W. D., Sari, N., Jazuli, A. H., & Nafisah, S. (2024). *Implementasi Teknologi Informasi Dan Manajemen Usaha UMKM Ecoprint Untuk Peningkatan Daya Saing*. 5(November), 938–949.
- Maiyuniarti, D. A., & Oktafia, R. (2022). Marketing Strategy in Increasing Competitiveness in Small and Medium Enterprises (SMEs) Processed with Chips in Kebonwaris Village, Pandaan District, Pasuruan Regency. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 506–516. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Meitriana, M. A., Irwansyah, M. R., & Istiqomah, N. (2024). The Influence of Education, Capital, and Technology Levels on the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as Supporters of Sustainable Development in Sawan District. *KnE Social Sciences*, 2024, 667–680. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i21.16774>
- Meitriana, M. A., & Kariyani, N. N. Y. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Modal dan Teknologi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.36385>
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Murti, W. (2021). *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Teknologi Digital Pada Ekonomi Kreatif*. 77–85.
- Noviandari, I. (2025). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Kain Tenun dengan Menggunakan Strategi Pemasaran Digital*. 5(1), 159–177.
- Nurkhasanah, R. D. (2023). *Pengaruh Penerapan Digital Marketing Dan Capacity Building Terhadap Sales Perfomance Pada Domikadogiftshop Ponorogo*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/23068/>
- Porter, M. (2001). *strategi bersaing : teknik menganalisis industri dan pesaing*.
- Pramita, K. S., & Permoni, N. L. E. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Tenun Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Usaha Tenun Alamanda Sudaji Bali) (Ketut Surya Pramita; Ni Luh Eka Permoni)*. 9(1).
- Prima, F., Litya, P., Salsabilla, A., Irfanudin, A., & Aila, M. (2024). *Analisis Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Penjualan UMKM di Sekitar*

Universitas Negeri Semarang. 1(2), 265–282.

- Purnomo, R. A., Si, M., & Indonesia, P. P. (2016). *Ekonomi Kreatif*.
- Rhussary, M. L., & Putera, M. (2024). No Title. *Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Di Kalimantan Timur*.
- Rorin Mauludin Insana, D., & Susilastuti, D. (2022). Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur 2022. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur*, 1–10.
- Saputra, didin hadi, Sutiksno, dian utami, & Kusuma, A. (2020). *Digital Marketing komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*.
- Saputra, harmawan teguh, Rif'ah, ferda maryatul, & Andrianto, B. (2023). *Penerapan Digital Marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm. I*, 29–37.
- Suarmanayasa, N., Suastika, I. N., Utami, A. A. I. D. A., & Sari, L. S. E. (2023). Dan Kecil Di Kabupaten Buleleng. *SARASWATI: Jurnal Kelitbangan Kabupaten Buleleng*, 2(1), 29–40.
- Sudiarta, I. M., Suharsono, N., Tripalupi, L. E., & Irwansyah, M. R. (2021). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Business and Accounting Education Journal*, 2(1), 22–31. <https://doi.org/10.15294/baej.v0i1.42765>
- Suvena, K. R., Yuniarta, G. A., & Purnamawati, I. G. A. (2023). The Effect of Using *Digital Marketing* Platforms, Optimizing Potential Assets on the Inclusive and Sustainable Economy Improvement. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 2(1), 35–44. <https://doi.org/10.9744/ijobp.2.1.35-44>
- Wati, A. prasetyo, Martha, jefry aulia, & Indrawati, aniek. (2020). *DIGITAL MARKETING* (N. A. Fransiska (ed.); pp. 1–44).
- Yulian, O. D. (2023). PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN KAIN TENUN DI SA'DAN, KABUPATEN TORAJA UTARA. *An-Nizam*, 2(2), 29–37. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v1i2.3575>