

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rizqi Naulina Harahap, S. H., Dr.Soesi Idayanti, S.H, M. ., & Kanti Rahayu, S.H, M. . (2022). *Perlindungan Hukum terhadap Sistem Pembayaran Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara* (M. A. Nur Khasanah (ed.)).
- Adiningsih. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Adyawanti, T. (2020). Peran media sosial twitter dalam komunikasi remaja sekolah menengah atas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(April), 37–46.
- Arisandi, Y. T. (2018). Efektivitas Penerapan E-commerce Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo. *Administrasi Negara*, 1–8.
- Bappenas.go.id. (2020). *Bappenas Dorong Transformasi Digital Sektor UMKM*. <https://www.bappenas.go.id/berita/bappenas-dorong-transformasi-digital-sektor-umkm>
- Burhanuddin, & Rahayu. (2021). *Pengaruh Segmentasi, Targeting, Positioning, dan Strategi Bauran Pemasaran Yang Dimediasi Oleh Gaya Hidup Melawan Minat Beli (Studi Pada Restoran Di Kota Palopo)* [Universitas Muhammadiyah Palopo]. <http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/2100>
- Candraningrat, Wibowo, J., & Santoso, R. (2020). *Pembuatan digital marketing dan marketing channel untuk ukm PJ Collection*. 05, 82–91. <https://www.epixeiro.gr/article/225915>
- Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi aplikasi e-commerce shopee food sebagai media pemasaran UMKM dimasa pandemi covid19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 77. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.393>
- Enjel, S. (2019). Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat menurut presepektif ekonomi islam (Studi Kasus: Agen Kelapa Sawit di Desa Sungai Badak Kecamatan Mesuji).

In *Carbohydrate Polymers*.

- Fandriansyah, M. A. (2022). Pemanfaatan marketplce grabfood & gofood dalam peningkatan penjualan pada UMKM food and beverages mao-mao cirebon. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 24, 125–128.
- Fitriyadih, E. P. (2019). Masyarakat Industri 4 . 0. *Journal Teknologi Dan Informasi ESIT*, XIV(11), 34–39.
- Fuadi, D. (2012). Efektifitas Penggunaan Media Dalam Meraih Calon Mahasiswa Baru: Studi Kasus Pada Lima Perguruan Tinggi Swasta di Surakarta. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 22(2), 144–162.
- Gustina, D. D. (2020). *Manfaat dan tantangan e-commerce*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai startegi pemasaran digital era modern (sebuah studi literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hestanto. (2021). *E-commerce Menurut Para Ahli*. <https://www.hestanto.web.id/e-commerce-menurut-para-ahli/>
- Juli Sulaksono, & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. In *Generation Journal*.
- Keppres RI, N. 99 1998. (1998). Keputusan Presiden (KEPPRES) No. 99 Tahun 1998. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan*, 1, 1–5.
- Lestari, D. A. (2020). *Pengaruh Kredit usaha rakyat (kur), modal sendiri, lama usaha dan jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan UMKM di kabupaten Tegal*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
- Lipsus. (2019). *Indonesia Digital 2019 : Tinjauan Umum*.

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>

Liputan6.com. (2019). *Industri adalah Kegiatan Manufaktur, Ini Pengertian Menurut Para Ahli dan Jenisnya.*

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3872902/industri-adalah-kegiatan-manufaktur-ini-pengertian-menurut-para-ahli-dan-jenisnya>

Lupi, F. R., & Nurdin. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 20–31.

Moleong, L. j. (2017). *metode penelitian kualitatif* (P. R. R. Offset (ed.)).

Nasri, A. F. D. (2020). *Pengaruh penerapan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (studi pada usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu).* 24. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI al-fadlilah pdf.pdf>

Novi Hardita Larasati. (2020). *Pengertian UMKM Menurut Para Ahli dan Undang-Undang yang Harus Dipahami sebagai Pebisnis.* <https://www.diadona.id/career/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-dan-undang-undang-yang-harus-dipahami-sebagai-pebisnis-200710y.html>

Novianti, K. (2020). *Deskripsi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman anggrek pada alya orchid di Banjarmasin.*

Nugroho, B. A., Budiman, P. W., & Wahyuningsih, N. (2019). Analisis Persepsi Usaha Mikro Terhadap Pemanfaatan Media Daring Di Kota Samarinda. *Jurnal Riset Pembangunan*, 1(2), 79. <https://doi.org/10.36087/jrp.v1i2.37>

Nurharjanti, N. N. (2020). E-Marketing Sebagai Upaya Segmentasi Pelanggan Dalam Usaha Katering Rumahan Di Lingkungan Ranting Aisyiyah Piji. *Proceeding of The URECOL*, 22–29.

Ojk.go.id. (2020). *Laporan Tahunan 2020.* [https://ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Documents/LAPORAN TAHUNAN OJK 2020.pdf](https://ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/Documents/LAPORAN%20TAHUNAN%20OJK%202020.pdf)

- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Rahayu, S. N. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha abu bakar konveksi (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat)*. Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN Metro).
- Riadi. (2020). Pengaruh Pengalaman Usaha Terhadap Pengembangan Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening (Kajian Empiris Pelaku Usaha *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 11(1), 80–89. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/medag/article/view/8633>
- Rintho Rante Rerung. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish Publisher.
- Sara, K. D. (2020). *Peran kewirausahaan dan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam prespektif islam (studi kota surabaya)*.
- Sisfor, R. S. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36–43. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2021). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan). ... : *Journal of Education, Humanities, and Social ...*, 6(2), 163–171. <https://journal.mukhlisina.id/index.php/maqasiduna/article/view/3>
- Suranto. (2020). *Srategi pengembangan pemasaran produk untuk meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM roti bakar di Kartasura (Studi Kasus: UMKM Roti Bakar di wilayah Kartasura)*.

- Suranto, Jayanti, A. D., Setyawati, L., & Jatmika, S. (2020). A study on the impact of cultural tourism on indonesian society. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(5), 72–86.
- Suranto, S., Efita Sari, D., Narimo, S., Ulfatun, T., Hadi Mustofa, R., Suwandi, J., Fahmi Johan Syah, M., Jatmika, S., Nur Wahyudi, T., Chairil Asmawan, M., Annang Setiyawan, Y., & Azhar Hendawan, H. (2022). Optimalisasi penggunaan digital marketing melalui sosial media dan e-commerce pada industri kecil menengah di desa kingkang, kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 123–136.
<http://ejurnal.ikippgrbojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>
- Viona, V., Yohanes, K., Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Isnaini, M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, I, 46–65.
- Wirdiyanti, R. (2019). The Impact of E-commerce Adoption on MSMEs Performance and Financial Inclusion (FI) in Indonesia. *The Financial Services Authority, December*, 1–19.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, I(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zahra, A., Artiningsih, D. W., & Artiningsih, D. W. (2020). *Analisis strategi pemasaran dalam upaya meingkatkan penjualan kain sasaringan pada gerai sasaringan di Tapin*.