

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, Fathir, & Khairunnas. (2023). Perkembangan *E-Commerce*: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona *Marketplace* di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 120-131.
- Amaliyah. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). *Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi*.
- Aprilia, D. (2023). Pemanfaatan Shopee sebagai *E-Commerce* UMKM Adar Snack. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 5026-5031.
- Aryanto, V. D. W. & Wismantoro, Y. (2020). Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan. *Yogyakarta: PT Kanisius*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survey Internet APJII 2024*. Diakses pada 17 Maret 2024, dari <https://survei.apjii.or.id/>
- Assauri, S. (2022). Manajemen Bisnis Pemasaran. *Depok: Rajawali Pers*.
- Badan Pusat Statistik. (September 2023). *Statistik eCommerce 2022-2023*. Diakses pada 17 Maret 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh *Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*, 14(1), 1-11.
- Databoks. (10 Januari 2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)*. Diakses pada 31 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/>

01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023

Databoks. (6 Februari 2024). *Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Januari 2024)*. Diakses pada 31 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>

Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Kementerian Informasi dan Informatika.

Fachrina, R. & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM di Marelau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*. 2(2), 247-254.

Fajar. (4 November 2022). *Kontribusi UMKM Terhadap PDRB Jawa Barat Capai 57,14 Persen*. Diakses pada 20 Oktober 2024, dari <https://fajarcirebon.com/kontribusi-umkm-terhadap-pdrb-jawa-barat-capai-5714-persen/>

Fitria, L. & Nawawi, Z. M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Shopee dalam Meningkatkan Penjualan Hyunbina Collection. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 92-98.

Garaika & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV. Hira Tech.

Hafni, R. & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15(2), 77-96.

Hasriani. (2023). Peranan Ekonomi Digital pada *E-Commerce* Shopee dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM

Fashion di Kota Makassar). Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Hermawan, S. & Amirullah. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.

Jubelio. (2024). Top 10 Daftar Produk *Terlaris di Shopee 2024 Paling Banyak Dicari*. Diakses pada 11 Januari 2025, dari <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/>

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kearns, K. (1992). From Comparative Advantage to Damage Control: Clarifying Strategic Issues Using SWOT Analysis. *Nonprofit Management & Leadership*, 3(1), 3-22.

Kemalasari, D. & Muharsih, L. (2023). Implementasi Penggunaan Marketplace dalam *Digital Marketing* pada UMKM Desa Sukamekar. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 7820-7821.

Kementerian Koperasi dan UKM. (Juni 2021). *Target Pemerintah 30 Juta UMKM Masuk Ekosistem Digital pada Tahun 2024*. Diakses pada 17 Maret 2024, dari <https://www.kemenkopukm.go.id/read/target-pemerintah-30-juta-umkm-masuk-ekosistem-digital-pada-tahun-2024>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (Agustus 2023). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Diakses pada 17 Maret 2024, dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>

- Kotler, P. T., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management. Singapore: Pearson Education.*
- Larasati, T. A., Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397-402.
- Manullang, R., Reza, M., & Nugroho, P. A. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Shopee Terhadap Minat Menggunakan Loka Pasar bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Bogor. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 59-64.
- Maulidasari, C. D. & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan, Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty.*
- Navastara, D. A., Suciati, N., Fatichah, C., Tjandrasa, H., Arifin, A. Z., Cahyaningtyas, Z. A., Niza, Y., Sierra, E., Sugianto, D., Hadinata, K. C., Usman, S. B., Sunandar, M. F., & Sari, F. I. E. (2022). Pemanfaatan *E-commerce* dan Media Sosial Guna Meningkatkan Ekonomi dan Proses Bisnis UMKM Kopponsren NURILA Bangkalan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat - LPPM ITS*, 6(4), 438.
- Nazila, M. F. (2024). Kecakapan Digital: Pemanfaatan Shopee dalam Peningkatan Penjualan UMKM Shiroshima Indonesia Pasca Covid-19. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 5(1), 81-96.
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(4), 1-10.

Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Diakses pada 20 Oktober 2024, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7->

Pratama, I. W. A. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Rachman, M. R. K. & Kusuma, Y. B. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui *E-Commerce* Shopee pada UMKM Keripik Putri Sari Desa Wonokerto. *Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian dan Perubahan Sosial*, 1(3), 41-50.

Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal EKBIS: Analisis, Prediksi, dan Informasi*, 20(2), 1280-1289.

Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ratnasari, E. (2020). Upaya Peningkatan Profitabilitas Usaha. *Jurnal Fokus*, 18(1), 25-34. <https://doi.org/10.51826/fokus.v18i1.393>

Sadat, A. M. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

Shopee Pusat Edukasi Penjual. (13 April 2023). *Mengenal Fitur dan Program Shopee*. Diakses pada 23 November 2024, dari <https://seller.shopee.co.id/edu/article/14292>

Shopee Pusat Edukasi Penjual. (3 Oktober 2024). *Apa Saja Fitur Promosi untuk Penjual di Shopee?*. Diakses pada 23 November 2024, dari <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16049>

- Shopee Pusat Edukasi Penjual. (1 Januari 2025). *Tipe-tipe Penjual di Shopee*. Diakses pada 25 Januari 2025, dari <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17995>
- Siswanto, E. (2021). Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar. *Malang: Universitas Negeri Malang*.
- Suryati & Hegiarto, A. S. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna Shopee Atas Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Elektronik Terhadap Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 4246-4251.
- Utomo, A. P. (2007). Kajian Tentang Pengaruh *Two Stage Cluster Sampling* terhadap Statistik Uji-F. *Jurnal Matematika, Sains, dan Teknologi*, 8(2), 89-97.
- Visser, M., Sikkenga, B., & Berry, M. (2019). Digital Marketing Fundamentals from Strategy to ROI. *Netherlands: Noordhoff Uitgevers (international orders through Taylor and Francis)*.
- Widodo, D. Y. P. & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, 2(2), 12-17.
- Wijoyo, A., Nasution, A. S. M., Larasati, D. T., Gustiara, D. & Hilal, W. N. (2023). Upaya Pengembangan dan Peran Sistem Informasi Manajemen dalam *E-Commerce* Shopee. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(2), 1-13.
- Yunus, U. (2019). Digital Branding: Teori dan Praktik. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.