

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2020. Survei pengguna internet APJII 2019-Q2 2020, Bul APJII Ed 78. 1-2.

Apriatmo, Y., Susila, H. R., & Eriyanti, E. (2021). Pemanfaatan Media Pembelajaran oleh Guru di SMP Negeri 36 OKU. *Jurnal Lentera Pedagogi*, 5(1), 7-10.

Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 77-88).

Febryanti, D. I., & Utami, D. A. (2023). Pemanfaatan Platform Digital dalam Pemasaran Produk Perikanan dan Kelautan. *Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, 12(1), 66-83.

Gumilar, A., Yususf, M. N., & Hakim, D. L. (2020). Analisis Pendapatan Dan Titik Impas Usaha Tani Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 849-857.

Hadi, A. S., Khairi, A., Asri, C. P., Artha, B., & Sari, U. T. (2021). Peningkatan Pemahaman Siklus Hidup Produk dan Pemasaran Digital pada Kelompok Tani Ikan di Desa Donoharjo. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 88-93.

Homaidi A. 2017. Analisis perancangan e-commerce untuk pemasaran olahan hasil perikanan. *AiTech*. 3(1):1-8.

Haris, U. (2023). Ironi Kondisi Nelayan Di Kota Makassar (Analisis Tipologi Nelayan Berdasarkan UU Nomor 45 Tahun 2009). *Jurnal Administrasi Karya Dharma*, 2, 45.

Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). 2020a, Mendorong pelaku UMKM meleak teknologi dengan pengembangan digital marketing. Diakses pada:



jurnal.brsdm/artikel/25108-kkp-dorong-pelaku-umkm-kp-logi.

Homaidi, N., & Maharani, D. (2021). Sosialisasi digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk umkm. *Jurnal Ilmiah Masyarakat dan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 31-36.

Kurniawan, R. (2016). *Analisis regresi*. Prenada Media.

Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Leonardi, A., Sjafriz, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Digital untuk Pemasaran Ikan Skala Mikro: Systematic Literature Review. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 37-56.

Muninggar, R., & Aulia, H. (2020). Persepsi konsumen terhadap pemasaran digital produk perikanan di Daerah Khusus Ibukota Jakarta. *ALBACORE Jurnal Penelitian Perikanan Laut*, 4(3), 257-269.

Nurhayati, A., Herawati, T., Suryana, A. A. H., & Nurruhwati, I. (2022). Peran edukasi pemasaran digital untuk pelaku usaha kelautan dan perikanan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 11(4), 314-320.

Wicaksana, B. E., Nurunisa, V. F., & Nawawi, M. N. MODEL BISNIS APLIKASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK PRODUK PERIKANAN BUSINESS MODEL OF MARKETING APPLICATION ON FISHERIES PRODUCT.

Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155-159.

Yahya, A. F., Jannah, M., Paramita, A. J., & Aprilianti, N. F. (2023). IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KONTEN PADA USAHA KELOMPOK PERIKANAN AN'NISA. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9470-9474.

Yuliara, I. M. 2016. *Regresi Linear Berganda*. Fakultas Matematika dan Ilmu an Alam. Universitas Udayana.

