

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, C. D. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Melalui Inovasi Produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Azizurrohman, M. (2018). (2018). Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Sepatu Di Desa Bojong Cikupa-Tangerang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Bengkalis-riau, K., & Susie, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). 29(1), 1–10.
- Devi, W. S. G. R. (2021). Budaya Dan Team Kerja. In <https://www.researchgate.net/publication/351927695> (Issue May).
- Di, M., Cekungan, D., Sebagai, B., & Hidrokarbon, P. (2021). *Plagiarism Checking Result for your Document* (Issue ii).
- Dwipradnyana, I. M. M., Ayu, I. G., Agung, M., Andriani, M. A. S., Nengah, I. G., & Diatmika, D. (2020). Strategi Pengembangan Koperasi Di Era Digital Pada. 17(2).
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). pengembangan UMKM 21–41.
- Fuad, M, Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y, E, F. (2018). Pengantar Bisnis , (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(Jakarta), 25–42.
- goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A., & Perdana. (2018). Landasan Teori Persaingan Bisnis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- GriffiGriffin, E. (2015). pengantar BISNIS.pdf. In *Seiko* (Vol. 1, Issue 1, pp. 59–65).n, E. (2015). pengantar BISNIS.pdf. In *Seiko* (Vol. 1, Issue 1, pp. 59–65).
- Gürbilek, N. (2015). Definisi Pengembangan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- H Kara, O. A. M. A. (2014). Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha UMKM Sesuai Undang-undang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). *Strategi Digital Marketing Bagi Umkm ( Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ) Untuk Bersaing Di Era Pandemi*. 16, 32–41.
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998).
- Ii, B. A. B., Teori, A. D., Pengertian, T., & Pembelajaran, S. (2012). Kajian Pustaka Manajemen Strategi. *Molucca Medica*, 11(April), 13–45.

- Kementrian Perdagangan. (2013). Analisis Peran Lembaga Pembiayaan Dalam Pengembangan UMKM. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri*, 90.
- Mantili, R., Kusmayanti, H., & Afriana, A. (2016). Problematika Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Rangka Menciptakan Kepastian Hukum. *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 3(1), 116–132.
- Maryati, W., Masriani, I., Studi, P., Bisnis, A., Manajemen, P. S., & Jambi, U. (2019). *PELUANG BISNIS DI ERA DIGITAL BAGI GENERASI MUDA DALAM BERWIRAUSAHA : 4*, 53–58.
- Masalah, A. L. B. (2009). Bab I Pendahuluan *Journal Information*, 10, 1–16.
- Maulana, M. (2015). Definisi , Manfaat dan Elemen Penting Literasi Digital. *Seorang Pustakawan Blogger*, 1(2), 1–12. <https://www.muradmaulana.com/2015/12/definisi-manfaat-dan-elemen-penting-literasi-digital.html>
- Maulida, S., Sy, S. E., Yunani, M. E. I. H. A., Si, M., Ekonomi, F., Bisnisuniversitas, D., & Mangkurat, L. (n.d.). *Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) Dari Berbagai Aspek Ekonomi*.
- Musnaini, M., Jambi, U., Junita, A., Medan, U. H., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital business* (Issue July).
- Nurjannah, D. (2020). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI*. 1(1), 97–112.
- P. Ginting, B. S. D. G. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), 21–33.
- Pada, K., Kacang, U. D., Di, S., & Tamblang, D. (2017). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN*. 9(2), 397–407.
- Purba, A. B., Suliantoro, H., & Rumita, R. (2013). *Perancangan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Matriks SWOT ( Studi Kasus : Bank Jateng Pusat Semarang )*. April 2014.
- Purwokerto, U. A. (2019). *Strategi pengembangan digitalisasi umkm*. 5(November), 195–204.
- Putra, R. D., Darminto, & Zahroh. (2013). Analisis Pemilihan Investasi Saham Dengan Menggunakan Metode Capital Asset Pricing Model(CAPM) dan Reward to Variability Ratio(RVAR) Sebagai Penentu Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *Jural Administrasi Bisnis*, 1(2), 21–30.
- Rachman, T. (2018). Strategi pengembangan pasar tradisional. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Raharja, J., & Natari, S. U. (2021). *OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL*. 4(1).

- Rahayu, P. (2019). Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.32332/al-fathin.v2i2.1423>
- Ramadhanti, N., Mahfudza, N., Qomariyah, S. N., & Agribisnis, P. S. (2021). *KELAYAKAN UMKM DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT ( Studi Kasus di RUS Mekar Sari PKK Pulorejo , Ngoro , Jombang ). 1*, 649–659.
- Rangkuty, F. (2011). Bab Ii Landasan Teori Pengertian Analisis Swot. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 13–31. <http://etheses.iainkediri.ac.id/40/3/BAB II.pdf>
- S. (2015). Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern, (Bandung:PT Refika Aditama, 2007), hal. 25 18 13. *Ibrahim Jonhannes & Sewu Lindawaty*, 13–56.
- Sabathani, M., & dkk. (2021). Dampak Perubahan Budaya Belajar Di Era Digital. *Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa Dan Sastra (SELASAR) 5, 1*, 80–87. <http://repository.um.ac.id/1163/%0Ahttp://repository.um.ac.id/1163/1/S5002-DAMPAK-PERUBAHAN-BUDAYA-BELAJAR-DI-ERA-DIGITAL.pdf>
- Sembodo, T. (n.d.). *Analisis swot*.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan. Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Sriwardiningsih, E., Sadeli, F., Hadiyanto, H. S., & Lizardo, J. (2020). *Contemporary Issues in Strategic Management of Digital Era : Revisited Concepts and Findings* (Issue June).
- Sulistiyo, H., & Putra, R. A. K. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kabupaten Bekasi. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 38–48. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.145>
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020a). Digitalisasi. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Syeron, I. V. (2019). Perumusan Strategi Dengan Menerapkan Analisis Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kerangka Kerja Enam Jalan, Dan Visualisasi Strategi Pada Jasa Persewaan Alat Outdoor. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 9–18.
- Untuk, S., & Strategi, F. (n.d.). *Bab 3 swot dan strategi bersaing 3.1*. 22–30.
- Wibowo, A. (2022). INOVASI dan TRANSFORMASI PERUSAHAAN DIGITAL. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/267>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI

PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. [www.dekop.go.id](http://www.dekop.go.id)

Widhianto, C. W. (n.d.). *E – BUSINESS : TEKNOLOGI DAN PELUANG BISNIS DI INDONESIA Latar Belakang dan Tujuan*. 19–31.

Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008, 1*, 1–31.

