

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *EkoNiKa Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 1–17.
- Ambarwati, S., Achira, S. P., & Cahyaazwari, P. (2023). Pengaruh Penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Penelitian di Kota Palembang): Pengaruh Penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Penelitian di Kota Palembang). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 34(2).
- Amelia, N. U. (2019). Peran financial technology dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah sektor fashion di kabupaten pangkep. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1–14.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas penerapan strategi online marketing oleh umkm dalam masa pembatasan sosial berskala besar (psbb) corona viruses disease 2019 (covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 55–65.
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 219–231.
- Ayunda, K. P., Achmad, E., & Emilia, E. (2023). Analisis pengaruh penggunaan e-commerce, media sosial dan sosial media marketing terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) fashion di Kota Jambi. *e-Journal Perdagangan Industri dan Moneter*, 11(3), 28–41.
- Bahar, H., & Lestari, E. (2022). ANALYSIS OF ASSET MANAGEMENT CAPABILITY ON BUSINESS PERFORMANCE AMONG SMES IN BATAM CITY DURING THE COVID-19 PANDEMIC. *Journal of Applied Business Administration*, 6(2), 177–184.
- Candraningrat, I., Abundanti, N., Mujiati, N., & Erlangga, R. (2021). The role of

- financial technology on development of MSMEs. *Accounting*, 7(1), 225–230.
- City, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2), 750–761.
- Darmika, A. P. (2021). *Pengaruh Financial Technology terhadap Perkembangan UMKM di Kota Palopo*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.
- Dhrifi, A., Jaziri, R., & Alnahdi, S. (2020). Does foreign direct investment and environmental degradation matter for poverty? Evidence from developing countries. *Structural Change and Economic Dynamics*, 52, 13–21.
- Ernawati, E., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222.
- Fatihah, N. S. A., Mahmud, M., & Panigoro, N. (2024). Pengaruh Penerapan Digital Payment & Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Studi Pada UMKM Binaan Bank Indonesia Di Kota Gorontalo):(Studi pada UMKM Binaan Bank Indonesia di Kota Gorontalo). *Al-Buhuts*, 20(1), 563–581.
- Fatmasari, D., & Faozi, M. M. (2023). Factors Affecting on Purchasing Decision Online Food and Beverages through Gofood. *Cirebon International Journal of Economics and Business*, 1(2), 89–102.
- Fatmasari, D., Harjadi, D., & Hidayat, A. (2022). Analysis of Economic

- Improvement to Reduce Poverty in 2016-2020. *Khazanah Sosial*, 4(4), 757–764.
- Fatmasari, D., & Kurnia, A. S. (2019). Use of E-Money and Debit Cards in Student Consumption Behavior. *E3S Web of Conferences*, 125, 3013.
- Fatmasari, D., & Lestari, S. P. (2024). STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KULINER DIMSUM IBOEK DI SEMARANG. *Journal of Management*, 10(2).
- Fitri, A., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan model peningkatan daya saing UMKM di Indonesia: Validasi kuantitatif model. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 77.
- Fitroh, A. L. (2021). *Pengaruh E-commerce Dan Fintech Terhadap Pendapatan UMKM*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Fuady, A. H. R., Putri, A. E., Badriyah, L., Masnawati, E., Retnowati, E., Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2024). Workshop Pengembangan Bisnis Melalui Media Elektronik Berbasis Sosio-Technopreneur Terhadap Usaha Desa Dengan Produk Es Cream Desa Wilayut. *Bumi: Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 48–55.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariat SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. Edisi 9). *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 490.
- Hajiku, F., & Yusuf, N. (2025). Pengaruh Marketplace Maxim Terhadap Tingkat Penjualan Pada UMKM di Kota Gorontalo. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(1), 1–9.
- Hakim, L., SH, M. H., Hapsari, R. A., & SH, M. H. (2022). *Buku Ajar Financial Technology Law*. Penerbit Adab.
- Halizah, S. N., Darmawan, D., & Nuraini, R. (2023). Dinamika Pembelian Impulsif

Dalam Live Streaming: Peran Kesan Nilai. *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 3(2), 13–24.

Hamzah, A., & Suhardi, D. D. (2019). Tingkat Literasi Keuangan dan Financial Technology pada Pelaku Usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) kabupaten kuningan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 5(2), 97–108.

Hanifah, I. A., & Ibrani, E. Y. (2024). The Influence of Financial Literacy, Job Training and Interest in E-Commerce on MSME Performance with Technology Availability as an Intervening Variable. *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences*, 2(3), 471–496.

Hidayah, G. R. (2023). "PENGARUH DIGITAL MARKETING, DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA, MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)"(STUDI EMPIRIS PADA UMKM KOTA SEMARANG TAHUN 2021). Universitas Islam Sultan Agung.

Hikmawati, D. F. (2020). *Metodologi Penelitisn*. Kharisma Putra Utama Offset.

Irfan, M., Hariani, M., Al Hakim, Y. R., & Sigita, D. W. (2022). Penilaian Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Produk Dengan Pendekatan SWOT. *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 2(2), 27–40.

Juliandra, G., Gunawan, M. I., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5249–5253.

Junaid Kamaruddin, M., & Pebianti, V. (2023). *Pengaruh Kreativitas Produk Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kebijakan PSBB Sebagai Variabel Moderating Pada UMKM Di Jakarta*. Jambura.

Karyani, E., Geraldina, I., & Haque, M. G. (2021). Transformasi Digital Industri Halal Besar & UMKM. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 139–148.

- Kusuma, E. P. (2020). *Analisis Pengakuan Pendapatan Jasa Konstruksi Dalam Rangka Penyajian Laporan Keuangan Pada PT Multipanel Intermitra Mandiri*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2020-2021: business, technology, society*. Pearson.
- Lee, D., Hosanagar, K., & Nair, H. S. (2014). *The effect of social media marketing content on consumer engagement: Evidence from Facebook*. Stanford Graduate School of Business Stanford, CA.
- Lestari, E., & Bahar, H. (2021). Analysis of the Capability of Sales Strategies on the Performance of Msmes in Batam City in the Face of the Covid 19 Situation. *Journal of Applied Business Administration*, 5(1), 76–83.
- Maheswari, A. Y. (2018). *Perlakuan Akuntansi Atas Pendapatan Jasa Berdasarkan PSAK No. 23 Tahun 2015 Pada PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Maliki, M. I. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Grosir Sembako Pada Toko LA-RIS. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 304–311.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh penggunaan gadget dalam kehidupan. *KOPASTA: Journal of the Counseling Guidance Study Program*, 5(2).
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Nazilah, K., Larasati, A., Nadiyah, D. A., & Septyani, D. (2021). Dampak E-Commerce Terhadap Peningkatan Pemasaran Jasa Pengiriman Barang Melalui Si Cepat Express. *Teknik: Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika*, 1(2), 83–95.
- Nova, V., Hamzah, H., & Unsong, I. F. (2024). MERANCANG STRATEGI CERDAS BISNIS INOVATIF DI TENGAH REVOLUSI DIGITAL YANG

TERUS BERKEMBANG. *Meraja journal*, 7(3), 26–40.

Novita, N. A., Oktianingrum, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Pada Perspektif Ekonomi Syariah di Kota Bandar Lampung. *Al Dzahab: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 3(1), 1–9.

Nurfina, O., & Haryono. (2016). ANALISI PENGARUH E-COMMERCE STRATEGY, SERVICE PERFORMANCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Garuda Online Shop Airlines). *Journal of Management*, 2(2).

Pamungkas, H. A., & Hidayatulloh, A. (2019). Faktor penentu perkembangan umkm gerabah kasongan bantul yogyakarta. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 15(1), 65–71.

Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112.

Pradani, R. F. E., Amalia, L. E., Ismawati, H., & Holifah, I. (2023). Penerapan Konsep Green Economy Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Tahu di Dusun Tahu Kabupaten Situbondo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(1), 19–25.

Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019).

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.

Puddin, K., Lubis, S., & Kholis, A. (2020). *Digital Marketing untuk pelaku UMKM*. Economic & Business Publishing.

Purwanto, P., & Fachrizi, A. R. (2021). Pengaruh Financial Technology Terhadap

- Kepuasan Keuangan Pada UMKM Di Kabupaten Pamekasan. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 6(1), 21–28.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194–208.
- Putri, J. A. (2024). *Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan QRIS Dengan Presepsi Risiko Sebagai Intervening Variabel Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Putri, N., & Jember, I. M. (2016). Pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (modal pinjaman sebagai variabel intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 142–150.
- Rahmana, A. (2009). *Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah*.
- Rauf, A., & Zatira, D. (2022). Analisis Digital Marketing Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Digital Business Journal*, 1(1), 39–51.
- Reksoprayitno, S. (1982). *Ekonomi makro: pengantar analisa pendapatan nasional*.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5(6), 1–10.
- Salwa, S. (n.d.). *Pengaruh Digital Marketing, E-Commerce, Dan Financial Technology Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Kabupaten Probolinggo (Studi Pada Umkm Kota Kraksaan-Kabupaten*

Probolinggo). FEB UIN JAKARTA.

Saputra, D. H. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.

Saputra, M. O., & Purnomo, A. S. (2024). Rekomendasi Platform E-commerce Terbaik Menggunakan Metode (SAW). *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf. ISSN*, 2407, 4322.

Sari, P. P., & Septyarini, E. (2018). Pengaruh financial technology terhadap kepuasan keuangan (studi kasus pada pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta). *Jurnal UMKM Dewantara*, 1(1), 20–28.

Sharma, A. K., & Sharma, S. (2021). A Survey on Digital Marketing. *INTERNATIONAL JOURNAL*, 6(1).

Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51–58.

Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 110–124.

Sugiyono. (2019a). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2019b). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA*, cv.

Sukarnoto, T., Nurjati, N., & Rani, V. (2021). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Pengembangan Usaha Mikro Kecil. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–13.

Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.

Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). *Peranan digital marketing bagi usaha mikro*,

kecil, dan menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. Generation Journal, 4 (1), 41–47.

Suryadi, A., & Wicaksono, D. P. (2023). Pemasaran Digital. *Yogyakarta: PustakaBaruPress.*

Susmanto, F. G., Mutiah, R., & Rusmana, F. D. (2024). Implementasi Pengelolaan E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI), 3(1), 34–49.*

Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160–166.*

Tanjung, A. A., & Rahmawani, R. (2024). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Asahan. *Senashtek 2024, 2(1), 390–396.*

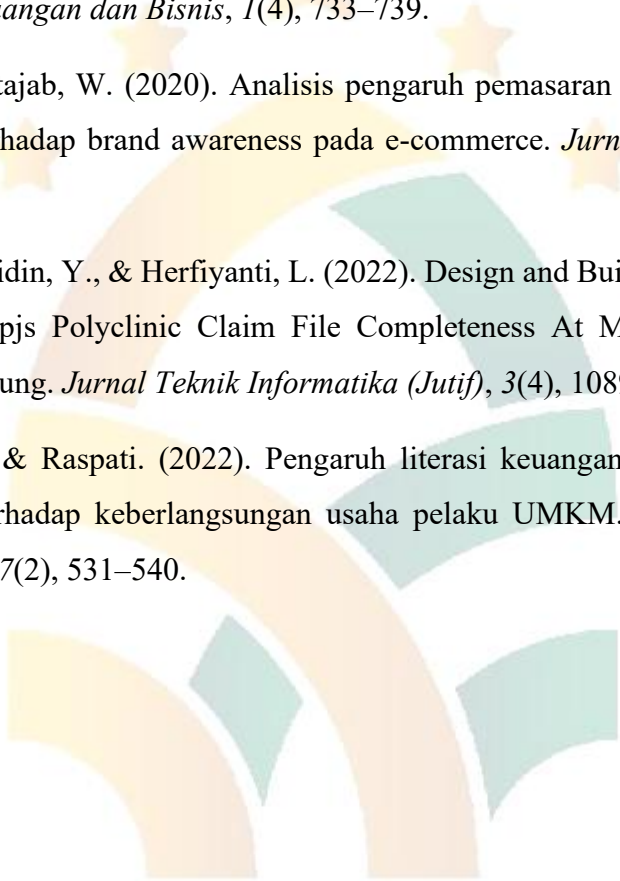
Ummah, F. R., & Darmawan, D. (2024). Pemanfaatan Financial technology dalam upaya peningkatan ekonomi daerah tertinggal dan pemberdayaan UMKM di daerah Brebes, Jawa Tengah. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN, 2(3), 58–68.*

Wahyono, B. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul. *Jurnal pendidikan dan ekonomi, 6(4), 388–399.*

Wahyuni, E. T., & Diana, N. (2020). E-commerce dan sistem informasi akuntansi sebagai faktor pendorong pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi untuk berwirausaha. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, 9(03).*

Wahyuni, S., Armiani, A., Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, dan Google My Business terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 2(4), 731–745.*

- Wijaya, M., Murdijaningsih, T., & Wijayanto, W. (2022). *FINANCIAL TECHNOLOGY UNTUK MENINGKATKAN KEUANGAN INKLUSIF UMKM*.
- Wijaya, R. S. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology, Media Sosial Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Kota Padang. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1(4), 733–739.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis pengaruh pemasaran digital (digital marketing) terhadap brand awareness pada e-commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198.
- Yasifa, T. A., Syahidin, Y., & Herfiyanti, L. (2022). Design and Build Information System for Bpjs Polyclinic Claim File Completeness At Muhammadiyah Hospital Bandung. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 1089–1097.
- Yuningsih, Y. Y., & Raspati. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 531–540.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON