

DAFTAR PUSTAKA

- Access Economics Pty Ltd. (2015). *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia-Instrumen Pertumbuhan Nusantara*. Sumber: www.deloitte.com/au/economics. Australia: Deloitte Ecess Economics Pty Ltd, Australia. Diakses pada 30 November 2021 pukul 17.20 WIB.
- Agustian, Wiwin. (2014). *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan (SEMANTIK:2014), Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengidentifikasi Pemanfaatan Internet Usaha Kecil dan Menengah*. Semarang: Jurnal Ilmiah Universitas Bina Darma Palembang, ISSN: 979-26-0276-3.
- Andreas Kaplan and Michael Haenlein. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Kelley School of Business, Business Horizon, Vol. 53, No. 1 Date 2010.
- Arief Rahmana. (2018). Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah. Dalam <http://infoukm.wordpress.com> diakses pada 21 Desember 2021 pukul 21.40 WIB
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2021). *Peluang Penetrasi Internet dan Tantangan Regulasi Daerah, Buletin APJI Edisi 79 Januari 2021*. Sumber <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI79Januari2021.pdf>. Diakses pada 29 November 2021 pukul 22.00 WIB
- Bank Indonesia. (2021). *Undang-Undang No. 20 tahun 2008*. Sumber: <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/uu-bi/Default.aspx> diakses pada 21 Desember 2021 pukul 13.00 WIB
- Bambang Dwi Atmoko. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Bismala, Lila, dkk. (2018). *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2017). *GO DIGITAL! Gerakan Nasional UMKM Go Online*. <http://kominfo.go.id/>. Diakses pada 29 November pukul 22.00 WIB.

- Bryson, John M. (2009). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization: A Guide for Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. Revised Edition. JoseyBass Publisher. San Francisco. Penerjemah: M. Miftahudin (2009). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Cindy Rizal Putri Paramitha. (2012). *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Palanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: fak. Ekonomi UNDIP
- Coviello, Milley And Marcolin. (2001). *Understanding IT – enabled interactivity in contemporary marketing*. Journal of interactive marketing.
- Daniel Iman K dkk. (2005). *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Vol.24 No.1 Juli 2005.
- Dave Chaffey. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited
- Dedi Purwana ES, dkk. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani . Vol. 1 No. 1, Juli 2017.
- Digital Marketer. (2021). *Jasa Iklan Instagram*. Sumber: <http://www.digitalmarketer.co.id/iklanonline/jasa-iklan-instagram/>, diakses 20 Desember 2021 pada 11.15 WIB.
- Diyahfitriani, Nur. (2014). *Meningkatkan UMKM*. <https://nasional.sindonews.com/read/930617/161/meningkatkan-UMKM-1417243717>. Diakses pada 29 November 2021 pukul 21.40 WIB.
- Facebook Business. (2021). *Iklan Facebook*. dalam <https://business.facebook.com/business/products/ads#> diakses pada 20 Desember 2021 pukul 21.00 WIB.
- Faludi, Andreas. (1973). *Planning Theory*. Pergamon Press. Oxford.
- Rangkuty, Freddy. (2008). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

- Heidrick & Struggless. (2009). *The Adoption Of Digital Marketing In Financial Services Under Criss*.
- Hermawan, Agus. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Instagram Business. (2021). *Membuat Profil Bisnis di Instagram*, sumber: <https://business.instagram.com/blog/creating-a-business-profile-on-instagram/>, diakses 20 Desember 2021 pada 15.15 WIB.
- Jahanshahi, et al. (2013). *E-Commerce for SMEs; Emperical Insghits from Theree Countries*. Journal of small Business and Enterprise Delopment.
- Lexy J. Moleong. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kendall, K. E., & Kendall, J. E. (2010). *Analisis dan Perancangan Sistem (5th ed.)*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kleindl & Burrow. (2005). *E- Commerce Marketing. Lakewood. Ohio: Top Floor*.
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, cet. X. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Maulana, Yosa. (2017). *UKM Harus Manfaatkan Perkembangan Digital*. Sumber: <https://swa.co.id/swa/csr-corner/yuswohady-ukm-harus-manfaatkan-perkembangan-digital>. Diakses pada 29 November 2021 pukul 22.00 WIB.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- O'Brien, James. (2011). *Pengantar Sistem Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pearce II, John A. (2014). *Manajemen Strategis: Formula, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler & Gary Amstrong. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Ricon, Irfandi dkk. (2017). *Perancangan Aplikasi Sistem Pengambilan Keputusan Dalam Penerimaan Anggota Baru Pada UKM IT Cybernetix Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process Dengan Bahasa Pemrograman Php & MySQL*. Jurnal Inkofar Volume 1 No. 1.

- Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan. (2013). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Riyanto, Andi Dwi. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>. Diakses pada 29 November 2021 pukul 21.30 WIB.
- Riyadi dan Deddy Supriyady Bratakusumah. (2010). *Perencanaan Pembangunan Daerah*. Gramedia. Jakarta.
- Rizeki, Dini N. (2021). *Keuntungan yang Didapatkan dari UMKM Go Digital*. Diambil dari <https://majoo.id/blog/detail/keuntungan-yang-didapatkan-dari-umkm-go-digital>. Diakses 21 Desember 2021 pukul 21.38 WIB.
- Salusu, J. (2010). *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non-Profit*. Gramedia. Jakarta.
- Shalahuddin, M. (2015). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika Bandung
- Simarmata, J. (2007). *Perancangan Basis Data*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, Agus dan Trilaksono Nugroho. (2008). *Paradigma, Model, Pendekatan Pembangunan-an, dan Pemberdayaan Masyarakat di Era Otonomi Daerah*. Bayumedia. Malang.
- Slyvia M Chan-Olmsted., Monhee Cho, and Sangwon Lee. (2013). *User Perception of Social Media: A Comparative study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*. Online Journal of Communication and Media Technologies. Vol. 3, No. 4.
- Tambunan, T.T.H. (2008). *Masalah Pengembangan UKM Di Indonesia, Sebuah Cara Mencari Jalan Alternatif*. Makalah Forum Keadilan Ekonomi, Institute For Global Justice, Sumber: <http://www.kadin-indonesia.or.id>. Diakses pada Tanggal 30 November 2021 pukul 17.00 WIB

- Tri Nugroho Adi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Selayang Pandang*, Sumber: <http://sinaukomunikasi.wordpress.com>. Diakses pada 20 Desember 2021 pukul 10.00 WIB.
- Wahyu, Sawali, Malabay, Simorangkir, Holder. (2020). Perancangan Model Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Masa 1 Pandemi Covid19.
- WhatsApp. (2021). *Aplikasi Bisnis WhatsApp*. Dalam https://www.whatsapp.com/business?ref=fbb_ens, diakses pada 20 Desember 2021 pukul 22.00.
- Zainal Muttaqin. (2011). *Facebook Marketing Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern*. Jurnal Sistem Informasi, Vol. 1 No. 2, Juli 2011.