

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. Karina Silaen¹, Lasman Eddy Bachtiar², Montaris Silaen³, “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE,” vol. 2, no. 3, pp. 1072–1079, 2024.
- [2] Benardi & Karlaili, “Optimizing the Utilization of E-Commerce in MSME Business Development,” *Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 1, no. 4, pp. 158–167, 2022, [Online]. Available: <https://journal-stiyappimakassar.ac.id/index.php/jppmi168>
- [3] Fauziah, “Sistem Informasi pada Persediaan Barang Berbasis Web di Frozen Food,” *SATESI J. Sains Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 177–181, 2022, doi: 10.54259/satesi.v2i2.1211.
- [4] D. F. Putri and S. Sumaryono, “Peran persepsi terhadap electronic service quality dan electronic word-of mouth (e-wom) terhadap intensi pembelian ulang melalui e-commerce,” *J. Ilm. Psikol. Terap.*, vol. 9, no. 2, pp. 164–171, 2021, doi: 10.22219/jipt.v9i2.12933.
- [5] G. K. Wardana, B. Rahayudi, and W. H. N. Putra, “Pengembangan E-Commerce Dengan Integrasi API Payment Gateway Midtrans,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 5, no. 11, pp. 4770–4774, 2021, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [6] E. Fatkhiyah, J. Triyono, H. I. Ramadhan, N. Izzuddin, and Y. Fadlan, “IMPLEMENTASI PROGRESSIVE WEB APPLICATION PADA SISTEM INFORMASI,” no. November, pp. 50–59, 2022.
- [7] N. Juni, S. Pengendalian, I. Di, P. T. Sinergi, and K. Utama, “JURNAL ILMIAH M-PROGRESS JURNAL ILMIAH M-PROGRESS,” vol. 13, pp. 137–149, 2023.
- [8] E. Jurnal and I. Ekonomi, “Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital,” vol. 18, no. 1, pp. 289–299, 2025.
- [9] A. Nasir and A. N. F. Chalimi, “Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Ekuitas Merek Pada Umkm,” *Al-Muttaqin J. Stud. Sos. dan Ekon.*, vol. 5, no. 2, pp. 202–208, 2024, doi: 10.63230/almuttaqin.v5i2.208.
- [10] W. P. Sari, Z. Sholihah, and F. Masali, “Digital branding umkm melalui komunikasi visual,” vol. 8, no. 2, pp. 129–134, 2023.

- [11] A. Andini *et al.*, “Strategi Branding dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk pada UMKM Mins di Pasar Digital Universitas Bina Sarana Informatika , Indonesia ke berbagai platform digital . Di era saat ini memanfaatkan media sosial seperti tik tok , maksimal,” vol. 5, no. 20, 2025.
- [12] T. Ardiansyah, “Model Platform E-Commerce Dalam Mendukung Kesuksesan Bisnis Usaha Mikro Kecil & Menengah(UMKM),” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 4, no. 2, p. 197, 2021, doi: 10.32493/jpkpk.v4i2.9521.
- [13] Rifki Chandra Giri, Saeful Anwar, Erni Yuningsih, Andy Lasmana, and Lulu Julia, “Pemanfaatan Branding Dan E-Commerce Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm),” *J-ABDI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 5, pp. 809–818, 2023, doi: 10.53625/jabdi.v3i5.6596.
- [14] Rusdaman Rauf, A. Syam, and M. F. Randy, “Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia,” *Bongaya J. Res. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 95–102, 2024, doi: 10.37888/bjrm.v7i1.594.
- [15] J. P. Rambe *et al.*, “Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif , bertujuan untuk menganalisis kesiapan UMKM dalam menghadapi ekonomi digital . Responden dipilih secara purposive , dengan kriteria pelaku UMKM yang telah beroperasi minimal dua tahun dan memiliki akses terhadap perangkat digital . Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert (1 – 5) . Variabel utama yang diukur adalah kesiapan digital UMKM , yang diuraikan menjadi empat indikator : 1 . Infrastruktur digital 2 . Literasi digital 4 . Dukungan terhadap transformasi digital (pelatihan , informasi),” vol. IX, no. 1, pp. 1–4, 2025.
- [16] M. Hasan, A. Dzakiyyah, D. A. Kumalasari, N. Safira, and S. N. Aini, “Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur,” *J. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 17, no. 2, pp. 135–150, 2021, doi: 10.31940/jbk.v17i2.2529.
- [17] P. S. Sitompul, M. M. Sari, C. Miranda, and B. Lumban, “Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia,” *J. Manaj. Bisnis Digit. Terkini*, vol. 2, no. April, pp. 09–18, 2025.
- [18] A. Nastiti, “Transformasi Digital UMKM: Strategi Ekspansi Pasar dan Kemudahan Pembayaran di Era Digital,” *J. Pengabd. Masy. Nusant.*, vol. 4, no. 2, pp. 230–234,

- 2024, doi: 10.35870/jpmn.v4i2.3468.
- [19] M. R. A. Pradana, E. Parela, N. P. Putra, and J. Junaidi, “Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia,” *J. Relev. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 25–29, 2024, doi: 10.61401/relevansi.v8i1.112.
- [20] N. Azizah and B. Wahono, “MODEL E-BUSINESS MENGGUNAKAN PIECES FRAMEWORK UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS MOBILE APPLICATION,” *Simetris J. Tek. Mesin, Elektro dan Ilmu Komput.*, vol. 11, pp. 661–671, 2021, doi: 10.24176/simet.v11i2.5185.
- [21] N. Fadhilah and E. Fajar, “Perancangan Aplikasi Monitoring Stok Barang Pada Umkm Toko Pewe Berbasis Website Dengan Metode Waterfall,” vol. 12, no. 4, pp. 6864–6870, 2025.
- [22] J. M. Polgan, “Memperkuat Autentikasi dan Integritas Data REST-API Menggunakan Token HMAC SHA-256,” vol. 13, pp. 2189–2197, 2025.
- [23] F. Riski Zumailah and L. Bahriyah, “Desain dan Pengembangan Aplikasi Web E-Commerce pada UMKM Various,” *J. Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–11, 2025.
- [24] A. Aswidani, “Analisis Kesuksesan Sistem Informasi dengan Mengadopsi Model Delone dan Mc Lean,” *J. Sos. Teknol.*, vol. 4, no. 7, pp. 475–484, 2024, doi: 10.59188/jurnalsostech.v4i7.1307.
- [25] M. Model, S. Delone, R. Pebrianto, P. Maulina, S. N. Nugraha, and F. Nurona, “Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Akademik,” vol. 10, no. 1, pp. 38–51, 2023.