

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). *Digital participatory culture and identity in social media*. Singapore: NUS Press.
- Ahmad, M., & Surya, D. (2023). Inovasi berkelanjutan sebagai faktor kunci daya saing organisasi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 5(2), 134–145.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi KARYA ILMIAH kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Dewi, A. R., & Maulana, H. (2021). Regulasi dan penguatan kelembagaan BPR dalam mendukung inklusi keuangan. *Jurnal Ekonomi & Keuangan*, 8(1), 45–59.
- Fitriani, I., & Hidayat, W. (2021). Peran BPR dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Daerah*, 3(1), 55–70.
- Hakim, A., & Saraswati, M. (2023). Tantangan pemasaran digital dan perlindungan data pribadi konsumen. *Jurnal Teknologi dan Pemasaran*, 4(2), 88–100.
- Handayani, N., & Setiawan, R. (2022). Strategi konten kreatif dalam pemasaran digital. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 6(1), 22–35.
- Harahap, R., & Siregar, S. (2019). Infrastruktur dan regulasi sebagai determinan daya saing nasional. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 7(2), 76–90.
- Hidayat, Y., & Kurniawan, T. (2020). Penggunaan media sosial dalam pemasaran UMKM. *Jurnal Pemasaran Digital*, 2(3), 97–110.
- International Monetary Fund. (2022). *Digital financial inclusion in emerging markets: Opportunities and risks*. Washington, DC: IMF.
- Klaus Schwab. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Kurniawati, N., & Ramadhan, T. (2020). Kerangka strategi pemasaran dalam era digital. *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 5(2), 121–134.
- Lestari, A., & Nugraha, S. (2021). Transformasi digital dalam strategi pemasaran modern. *Jurnal Ekonomi Digital*, 1(1), 12–25.
- Lestari, S., & Yuliana, R. (2022). BPR dan inklusi keuangan di wilayah terpencil. *Jurnal Keuangan Mikro*, 4(1), 33–48.

- Mittelstadt, B. (2019). Principles for the ethical use of artificial intelligence. *Big Data & Society*, 6(2), 1–9.
- Moya, J., Pujol, M., & Tirado, J. (2021). Green digitalization and environmental monitoring. *Journal of Environmental Policy*, 3(1), 45–62.
- Nugroho, P., & Hartanto, B. (2023). Transformasi digital BPR: Peluang dan tantangan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 7(2), 101–115.
- Nugroho, S., & Lestari, A. (2023). Kolaborasi strategis dalam pemasaran UMKM. *Jurnal Strategi Bisnis*, 6(1), 89–102.
- OECD. (2021). *The digital transformation of business and society: Trends and policy perspectives*. Paris: OECD Publishing.
- Prasetyo, A., & Utami, R. (2021). Kapabilitas internal dalam peningkatan daya saing. *Jurnal Manajemen Strategi*, 9(1), 56–68.
- Pratama, R., & Wibowo, S. (2024). Indikator keberhasilan strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Pemasaran*, 5(1), 44–59.
- Putri, D., & Maulana, H. (2019). Strategi pemasaran berbasis analisis lingkungan internal dan eksternal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 101–112.
- Rahmat, D., & Dewi, L. (2022). Pemanfaatan data dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2), 75–85.
- Ramadhani, F., & Yusuf, M. (2021). Pendekatan community-based marketing pada UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(2), 67–80.
- Rizal, M., & Susilo, D. (2020). Peran strategis BPR dalam penguatan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi Mikro*, 2(1), 12–25.
- Rizki, A., & Anggraeni, T. (2024). Adaptasi pemasaran digital berbasis tren perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(1), 20–33.
- Safitri, E., & Nugroho, Y. (2023). Diferensiasi sebagai kunci keunggulan kompetitif. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 4(1), 50–63.
- Sari, D., & Wijaya, H. (2019). BPR dan pembangunan ekonomi pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(1), 71–85.
- Sugiharto, B., & Suryani, F. (2022). Transformasi digital dan perilaku konsumen. *Jurnal Bisnis Digital*, 3(2), 42–59.

- Supriyadi, A., & Lestari, A. (2022). Pemanfaatan TIK dalam peningkatan daya saing. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 6(1), 91–105.
- Wood, A. J., Lehdonvirta, V., & Graham, M. (2019). The vulnerabilities of gig work. *Social & Labor Studies*, 7(3), 201–220.
- Wulandari, F., & Hanafiah, D. (2020). Orientasi pasar dan keunggulan kompetitif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 5(1), 15–28.
- Wulandari, S., & Prabowo, R. (2020). Analisis perilaku konsumen dalam pemasaran digital. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 4(2), 88–99.
- Yuliani, S., & Hartono, B. (2021). Strategi komunikasi nilai dalam pemasaran digital. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 5(2), 70–83.
- Afandi, M., & Prihadi, T. (2020). Kesiapan transformasi digital pada BPR di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(3), 345–358. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v24i3.4103>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan perkembangan BPR dan BPRS*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/BPR-dan-BPRS.aspx>
- Pratama, A., & Yuniarti, R. (2021). Literasi digital dan penerimaan teknologi pada nasabah BPR. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 210–223. <https://doi.org/10.22219/jmb.v18i2.17954>
- Putri, V. A., & Riyadi, S. (2021). Transformasi digital sebagai strategi peningkatan daya saing BPR. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 45–59. <https://doi.org/10.23960/jeb.v9i1.123>
- Sari, M., & Widarjono, A. (2020). Analisis adopsi teknologi perbankan digital pada BPR. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 87–100. <https://doi.org/10.15408/ajis.v12i1.12345>
- Susanti, Y., & Suryani, T. (2021). Transformasi digital dalam sektor perbankan: Peluang dan tantangan. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 7(2), 112–121. <https://doi.org/10.25124/jtsi.v7i2.1213>