

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, H., & Eka Saputra, Y. (2016). ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN.
- Aprilia, P., & Wafa, Z. (2023). Digitalisasi Keuangan Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan UMKM dengan Bantuan Aplikasi BukuWarung.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1).
<https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v2i1.349>
- Azura Luthfiah, Fitria Djamhur, Restia Melinda, Yolanda Rasyid, & Annie Mustika Putri. (2021). Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Manajemen Strategi Pada UMKM (Studi Usaha Jahit Pani di Pekanbaru).
- Badowi, M. (2023). Matriks Analisis EFE dan IFE.
<https://mochamadbadowi.com/news/matrik-ife-efe.html>
- Databoks. (2023). Produk Bersertifikasi Halal RI Capai 1,42 Juta Produk pada 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/fdfc795cf43714e/produk-bersertifikasi-halal-ri-capai-142-juta-produk-pada-2023>
- Fitriana, A., & Prawestri, A. D. (2021). Upaya Peningkatan Omzet Umkm Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Melalui (Vol. 16, Issue 2).
- Fitriyani, L. N., Handayani, T., & Sari, L. P. (2022). Analysis of the marketing strategy of savings products at BMT Nasuha during the Covid-19 pandemic. *Dirham: Journal of Sharia Finance and Economics (JoSFE)*, 1(1), 1–13.
<https://doi.org/10.35912/josfe.v1i1.790>
- GoodStats. (2025). Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp487 Triliun pada 2024. <https://goodstats.id/article/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp487-triliun-pada-2024-Vqv71>
- Harahap, N. (2020). PENELITIAN KUALITATIF.
- Hariani, D., & Sutrisno. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 76–91.
<https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1492>

- Hoesada, J. (2025). APBN PENGEMBANGAN UMKM NKRI.
- Janiah, S. (2019). STRATEGIC MANAGEMENT EFE-IFE MATRIX, SWOT ANALYSIS, COMPETITIVE PROFIL MATRIX (CPM) DAN BCG MATRIX PADA PT YAMAHA. 1(2). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Kemenpan RB. (2024). Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital pada 2024. <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kominfo-targetkan-30-juta-umkm-adopsi-teknologi-digital-pada-2024>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Mengenal Program Pembinaan UMKM Satu Tahun. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-medan/baca-artikel/15879/mengenal-program-pembinaan-umkm-kemenkeu-satu-tahun-2023.html>.
- Kementerian Perekonomian RI. (2021). Pemerintah Dorong UMKM Perempuan Maksimalkan Potensi Melalui Digitalisasi dan Sertifikasi Halal. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3408/pemerintah-dorong-umkm-perempuan-maksimalkan-potensi-melalui-digitalisasi-dan-sertifikasi-halal>
- Kharisma, D., Hidayah, N., & Iqbal, M. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Tas Zamano Di Kebonharjo.
- Kompas. (2024). Cerita Sukses Pelaku Usaha Berkembang Bersama Rumah BUMN Binaan BRI. <https://biz.kompas.com/read/2024/11/20/141457828/cerita-sukses-pelaku-usaha-berkembang-bersama-rumah-bumn-binaan-bri?>
- Kontan. (2022). Pakai Sistem Monitoring Digital, Rumah BUMN BRI Jakarta Bisa Pantau 3.500 UMKM Binaan. https://keuangan.kontan.co.id/news/pakai-sistem-monitoring-digital-rumah-bumn-bri-jakarta-bisa-pantau-3500-umkm-binaan/?utm_source=chatgpt.com
- LinkUMKM. (2025). Pelatihan dan Dukungan Rumah BUMN BRI Bikin UMKM Renaco Naik Kelas dan Go Digital. https://linkumkm.id/news/detail/16522/pelatihan-dan-dukungan-rumah-bumn-bri-bikin-umkm-renaco-naik-kelas-dan-go-digital?utm_source=chatgpt.com

- Manne, F. (2022). PRAKTIK DIGITALISASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI KOTA MAKASSAR. *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(1), 173–177. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.2016>
- Maszudi, E., Hapid, & Haedar. (2023). STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PEMBERDAYAAN UMKM DI INDONESIA. *Prima Ekonomika*, 14(1).
- Novianty, R., Puspita Dewi, S., Anwar, K., Raya Cepu, J. K., Ngawi, K., & Timur, J. (2024). Strategi Digitalisasi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pasca Pandemi. 4.
- Novingky Ferdinand, Muhammad Salman Al Farisi, Ermi Herawati, & Muhammad Fauzan. (2024). SOSIALISASI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HALAL UMKM TEGAL SALAM CARIU.
- Prasetyo, B. D., & Febriyani, N. S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. [https://books.google.co.id/books?id=whoIEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=nzrDTw_NoC&dq=Prasetyo%2C%20B.%20D.%2C%20%26%20Febriyani%2C%20N.%20S.%20\(2020\).%20Strategi%20Branding%3A%20Teori%20dan%20Perspektif%20Komunikasi%20dalam%20Bisnis%20\(Tim%20UB%20Press%20\(ed.\)\).%20UB%20Press.&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=whoIEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=nzrDTw_NoC&dq=Prasetyo%2C%20B.%20D.%2C%20%26%20Febriyani%2C%20N.%20S.%20(2020).%20Strategi%20Branding%3A%20Teori%20dan%20Perspektif%20Komunikasi%20dalam%20Bisnis%20(Tim%20UB%20Press%20(ed.)).%20UB%20Press.&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q&f=false)
- Purwaningsih, A., Mubarak, F. M., Cahyani, F. N., Khoeriyah, Mursidah, M., Albasya, M., Sahrul, M., Laeli, N., Aulia, S., Abdillah, S. Y., & Harimi, A. C. (2024). TRANSFORMASI DIGITAL MARKETING DAN SERTIFIKASI HALAL UNTUK PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA SRIDADI. 3(1).
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN MATRIKS SWOT, MATRIKS IFE, MATRIKS EFE, DAN MATRIKS IE (STUDI KASUS PADA BISNIS BANJJAGIM.ID).
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., Kartini, & Asas, I. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota

- Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331.
<https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Ramli, Y., & Kartini, D. (2022). *Manajemen Strategik dan Bisnis*.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=nH-xEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ramli,+Y.,+%26+Kartini,+D.+\(2022\).+Manajemen+Strategik+dan+Bisnis.+Bumi+Aksara.+&ots=heTk9H4kPr&sig=R7GiaIy50bPlKcT_xPesZZRBw0I&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=nH-xEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ramli,+Y.,+%26+Kartini,+D.+(2022).+Manajemen+Strategik+dan+Bisnis.+Bumi+Aksara.+&ots=heTk9H4kPr&sig=R7GiaIy50bPlKcT_xPesZZRBw0I&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=UHV8Z2SE57EC&oi=fnd&pg=PR9&dq=F.+Rangkuti,+Analisis+SWOT+Teknik+Membedah+Kasus+Bisnis:+Reorientasi,+Konsep,+dan+Strategi+untuk+Menghadapi+Abad+21&ots=PwMQs4tJRJ&sig=-kZ7IzyFqhflLG2O13iKh5ZmWpo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Sakiah, N. A., & Effendi, K. N. S. (2021). Analisis Kebutuhan Multimedia Interaktif Berbasis PowerPoint Materi Aljabar Pada Pembelajaran Matematika SMP. *JP3M (Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pengajaran Matematika)*, 7(1), 39–48. <https://doi.org/10.37058/jp3m.v7i1.2623>
- Sakinah, D. A., Karim, M., & Maulidian. (2022). ANALISIS STRATEGI BISNIS UKM MAJU JAYA DALAM MENGHADAPI NEW NORMAL DI KOTA TEGAL Analysis of UKM Maju Jaya Business Strategy in Facing New Normal in Tegal. *Jurnal Bioindustri*, 4(2), 2022.
- Siregar A Putra. (2020). ANALISIS STRATEGI BERSAING TOKO ROTI X BERDASARKAN IE-MATRIKS Ade Putra Halomoan Siregar.
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Kamila, N. P. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Omset bagi UMKM Batik di Era Society 5.0. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Suyanto, M. (2003). *Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*.
<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0aRVPbZ0SasC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Suyanto,+Muhammad.+2003b.+Strategi+Periklanan+pada+E->

commerce+Perusahaan+Top+Dunia.+Yogyakarta+&ots=cckzkeS4RM&sig=
IW7S19RKi1Xj-GWjp6VLizWlQdo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
Syahputra, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN
TENTANG PROMOSI PENJUALAN.