

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Chaffey, Dave. (2009). *E - Bussines and E- Commerce Management*. England: Pearson Education Limited.
- Fadilla, Choiriyah, dan Havis Aravik. (2021). *Islamic Marekting:Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Hamali, Arif Yusuf. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu SosialPendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kertajaya*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, Andi. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar - Ruzz Media.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Pennelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadi. (2001). *Inovasi dan Kewirausahaan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Sula, Syakir. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Supardi. (2005). *Metodelogi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Tambunan, Tulus T.H. (2017). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tanzeh, Ahmad. (2006). *Dasar - Dasar Penelitian*. Surabaya: Elkaf.
- Utomo, Kabul Wahyu, Rizqon Halal Syah Aji, Havis Aravik. (2022). *Islamic Entrepreneurship*. Banten: Media Edu Pustaka.

Wiley, John. (2013). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi Keenam*. Jakarta: Selemba Empat.

Jurnal :

Afdila, & Ferdian. (2020). Pengaruh E – Commerce terhadap Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Al- Muqayyad*, 3(2), 180- 192. <https://doi.org/https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.285>

Afifah, Aisyah Nur. (2018). *Penerapan Digital Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Kreatif di Indonesia dan Malaysia*. Bogor: Jurnal Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.

Aisyah. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Alfianto, E. A. (2012). Kewirausahaan : Sebuah Kajian Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Heritage*, 1(2), 33- 42. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/837>

Azimah, Rizki Nor dkk. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Klaten Dan Wonogiri. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(1), 59–68. <https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>

Erdawati, & Desda. (2021). Pandemi Covid – 19 Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Pasaman Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, 2(1), 31-37. <https://doi.org/10.37150/jimat.v2i1.1173>

Ezizwita, & Sukma. (2021). Dampak Pandemi Covid – 19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era *New Normal*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51-63. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>

Hardilawati, Wan Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid - 19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10, 93. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>

Hendrawan, Andi dkk. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantasari Cilacap Program Doktor Ilmu Manajemen UNSOED. In *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*,4(1),53-60.<http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>.

Ismail, Juniaty. (2021). Analisis Dampak Covid 19 Pada UMKM Provinsi Gorontalo. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(2), 238–252. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/41248>

- Kereh dkk (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20024>
- Khofifah, Nur Ihza. (2020). *Dampak Covid 19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto*, 1(7), 1325-1330. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/268>.
- Khoiriyah, U. (2018). E- Commerce dalam Hukum Islam: Studi Analisis Atas Pandangan Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 2(2), 120- 135. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v2i2.112>
- Kholijah, S. (2020). Transaksi E- Commerce dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Eksyda*, 1(1), 101- 114.
- Mas'ud, Muhammad. (2017). *Pemanfaatan Teknologi Sistem Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Hasil Produk UMKM Logam di Kota Pasuruan*. 1(2). <https://osf.io/preprints/inarxiv/kbwme/>.
- Muhammad, M. M. (2020). Transaksi E- Commerce Dalam Ekonomi Syariah. *El-iqthisadi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum*, 2(1), 76. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>
- Ramadhani, Fadhilah dan Yaenal Arifin. (2013). *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015, dalam Jurnal Economics Development Analisis Journal*. Edaj 2 (2)
- Rosita, Rahmi.(2020). *Pengaruh Pandemi Covid – 19 Terhadap UMKM Di Indonesia*. 9(2), 109-120. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/380>
- Samad, T. F. (2019). Konsep E- Commerce Perspektif Ekonomi Islam. *Tasharruf: Journal Economics and Bussines of Islam*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.30984/tjebi.v4i1.882>
- Santoso, S. (2016). Sistem Transaksi E- Commerce Dalam Perspektif Kuh Perdata Da Hukum Islam. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 4(2). 217- 246. <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.2.217-246>
- Sara, K. D., & Fitryani, F. (2020). Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal EMA*. 5(2), 66-77. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.53>
- Sugiri, Dani. (2020). *Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>

- Sukmayanti, A. (2020). Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Akad Pada E-Commerce Study Kasus Tokopedia. *Ar-Ribhu*, 3(2), 107- 119.
- Suryani Evi. (2021). *Analisis Dampak Covid 19 Terhadap UMKM (Studi Kasus : Home Industri Klepon Di Kota Baru Driyorejo*, 1(8), 1591-1595. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/272>
- Utama, Iston Dwija. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Wulandari, D. N. (2017). Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.Com. *Jmm Unram – Master of Management Journa*, 6(1). <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i1.21>