

DAFTAR PUSTAKA

- Ameliana, Y. (2021). Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pariwisata Bali Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomika*, 5(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.37541/ekonomika.v5i1.825>
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1).
<https://doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20>
- Argo, M. S., Tasik, F., & Goni, S. Y. V. . (2021). Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjual Makanan Di Kawasan Boulevard II Kelurahan Sindulang Dua Kecamatan Tuminting Kota Manado). *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2).
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Dini Yani, Dexi Triadinda, Indriyani, Muhsin Efendi, M. S. (2022). Strategi Membangun Branding Brand Image Melalui Digital Marketing Pada Kopi Sanggabuana Karawang di Era 5.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (Pengabmas Nusantara)*, 4(4).
<https://ejournal.unimman.ac.id/index.php/pengabmas>
- Elvlyn, E., & Marhaen, D. (2022). Pengaruh Undang-Undang Cipta Kerja Terhadap Digitalisasi UMKM Di Tengah Pandemi. *Justisi*, 8(2), 82–94.
<https://doi.org/10.33506/js.v8i2.1707>
- Emiliani, F., Rizqiana, S., Suhandito, R., Muchibbah, N. N., Nurmahfidhoh, R., & Habib, M. A. F. (2021). Analisis Pemberdayaan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.21274/sosebi.v1i1.4929>
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41. <http://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive|32>
- Hardani, D. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In A. Husnu Abadi, A.Md. (Ed.), *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April). CV. Pustaka Ilmu.
<https://www.pustakailmu.co.id>
- Hasfat, A. F. (2022). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Usaha PT. SARANA SINAR SULAWESI. In *Paper*

Knowledge . Toward a Media History of Documents (Issue 4). Universitas Muhammadiyah Makassar.

Hermi Sularsih. (2022). Transformasi digital dan financial technology terhadap peningkatan pendapatan UMKM dimasa pandemi Covid-19 di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3).

Imansari, N. I. (2020). Praktikum Mengenai Kebutuhan Atau Utilitas Dalam Khidupan Sehari-hari. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Perbankan Syariah*, 5(2). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasi>

Ismail, & Suryani, I. (2022). Perkembangan Digital Marketing Online sebagai Metode Alternatif Produk Wirausaha Mahasiswa Akademi Keuangan Perbankan Nusantara (Sebuah Analisis Perspektif Syariah Islam). *Jurnal EMT KITA*, 6(2). <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.666>

KUSNIAWAN NUR MUHAMMAD FITRA. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. In *Kaos GL Dergisi* (Vol. 8, Issue 75). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

M.Topan Bastari Arkhiansyah. (2021). *Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah di Grosir Bang Iyuz* (Vol. 3, Issue 2) [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/16378>

Maharani, I. F., Hidayat, D., & Dianita, I. A. (2021). Penerapan Digital Marketing Pada Konteks Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Womenpreneur. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 7(2).

Marchellin Tri Kestin. (2022). *Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Pelaku Ukm Di Kota Jambi Pada Masa Pandemi Covid-19*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHASAIFUDDIN JAMBI.

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(33). <https://doi.org/https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>

Nadiyah, Y. S. (2022). *Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Ekonomi Islam (studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Dalam Aplikasi Gojek Di*

Kecamatan Langkapura Kota Bandar Lampung) [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/21611>

Nidaul Husna. (2022). *Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Issue 8.5.2017) [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh]. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>

Nor Ainah, Dwi Wahyu artiningsih, teguh wicaksono. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Rumahan Dela Gorden Banjarmasin. *Eprints.uniska-Bjm.ac.id*. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/4548>

Nurul Ainia, & Nurul Samiatus. (2021). Implementasi Strategi Go Digital Sebagai Pemulihan Bisnis UMKM Pada Situasi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Kedinding Lor, Surabaya). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2(2). <https://doi.org/10.55210/arribhu.v2i2.743>

Nurul Fadhila. (2022). *Peran Digitalisasi Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada Pelaku UMKM Kafe di Kota Bandar Lampung)*. [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/22142>

Pebrizky Bayu Sugara. (2019). *Pengaruh pendapatan usaha kecil menengah (ukm) dan bagi hasil terhadap minat menabung di bank negara indonesia syariah kantor cabang pembantu ipuh kabupaten mukomuko* [INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN BENGKULU]. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/3945>

Pinus, G., Jorong, D. I., Gunuang, T., Emas, K. T., & Tanah, K. A. B. (2022). ANALISIS TURUNNYA PENDAPATAN PETANI PENYADAP. *JURNAL AL-INTIFAQ*, 2(1).

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

Shinta Avriyanti. (2021). *STRATEGI BERTAHAN BISNIS DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DENGAN MEMANFAATKAN BISNIS DIGITAL USAHA KECIL DAN MENENGAH KABUPATEN TABALONG) Shinta Avriyanti Kata Kunci: Bisnis digital , E-commerce , UMKM digital , Teknologi Informasi ., Covid-19 ANALYZE THE BUS*. 5(1), 60–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380>

Sibuea, E. D. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online. In *Galang Tanjung* (Issue 2504).

- Suci Rahmadani. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik). *Maslahah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>
- Utiahman, R. S. (2021). *Pengaruh pandemi covid-19 terhadap penurunan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di pasar rizky desa kolongan tetempangan skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Manado.
- Wahyu Wijaya Widiyanto. (2018). ANALISA METODOLOGI PENGEMBANGAN SISTEM DENGAN PERBANDINGAN MODEL PERANGKAT LUNAK SISTEM INFORMASI KEPEGAWAIAN MENGGUNAKAN WATERFALL DEVELOPMENT MODEL, MODEL PROTOTYPE, DAN MODEL RAPID APPLICATION DEVELOPMENT (RAD). *Jurnal INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.46808/informa.v4i1.34>
- yahya ibnu syifa, mustika kurnia wardani, sani dewi rakhmawati, firstya evi dianastiti. (2021). Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1). <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>
- Zakia Salsabila. (2022). *Peran Digital Marketing Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam Peran Digital Marketing Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Cov* (Issue 1851010185). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Zhou, Yang, & Wang. (2020). OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMROH PADA PT. JEJAK IMANI BERKAH BERSAMA PAMULANG TAHUN 2019 SKRIPSI. In *file:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJ_A_PRINT.docx* (Vol. 21, Issue 1). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.