

**DAMPAK *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
JURAGAN BIBIT.ID DI KECAMATAN PRAMBON**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Program Studi Manajemen



Oleh :

Moch. Dana Nafsyah

NPM 201210038

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**


Skripsi oleh :
MOCH. DANA NAFSYAH
NPM: 2012010038

Judul :
**DAMPAK E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) JURAGAN BIBIT.ID DI
KECAMATAN PRAMBON**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantra PGRI Kediri

Tanggal: 10 Juli 2024

Pembimbing I



Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M.
NIDN. 0715106203

Pembimbing II



Rony Kurniawan, M.M.
NIDN. 0730076804

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

MOCH. DANA NAFSYAH

NPM: 2012010038

Judul:

**DAMPAK E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) JURAGAN BIBIT.ID DI
KECAMATAN PRAMBON**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 10 Juli 2024

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M.
2. Penguji I : Moch. Wahyu Widodo, M.M.
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M.



Mengetahui, 10 Juli 2024
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERSYARATAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Moch. Dana Nafsyah

Jenis kelamin : Laki-Laki

Tempat/Tanggal Lahir : Nganjuk, 13 Februari 2002

NPM : 2012010038

Fakultas : Ekonomi Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dalam sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 27 Juni 2024
Yang Menyatakan,



Moch. Dana Nafsyah
NPM.2012010038

MOTTO

Jangan pernah menyerah, untuk pemuda dengan ekonomi menengah kebawah.
(Diatas langit masih ada langit)

Kupersembahkan karya ini untuk:

Selaga puji syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Penelitian ini saya persembahkan terutama Kepada Orang Tua saya, yang telah mendoakan, membimbing dan memberi mendukung saya sampai dititik ini.

Teman-teman saya yang telah memberi semangat kepada saya

ABSTRAK

Moch. Dana Nafsyah : Dampak *E-Commerce* Shopee Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Nganjuk

Kata Kunci: *E-Commerce*, Shopee, UMKM, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas

Dengan pesatnya perkembangan Teknologi dan Informasi, khususnya internet, dampak signifikan dirasakan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sektor ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak *E-Commerce*, khususnya platform Shopee, terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Nganjuk. *E-Commerce*, atau perdagangan elektronik, memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka secara efisien dan menjangkau konsumen lebih luas. Fenomena pandemi Covid-19 juga mendorong banyak pelaku usaha untuk beralih ke platform *E-Commerce* guna mempertahankan bisnis mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan studi kasus pada beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Nganjuk. Data dikumpulkan melalui wawancara untuk mendapatkan informasi lengkap mengenai pengaruh *E-Commerce* terhadap bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *E-Commerce* secara signifikan meningkatkan kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen. UMKM yang menerapkan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan platform online dapat menjaga kualitas produk mereka, menerima umpan balik konsumen, dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *E-Commerce* memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Nganjuk, terutama dalam hal peningkatan kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen. Temuan ini mengindikasikan pentingnya adaptasi teknologi dalam menghadapi tantangan ekonomi, terutama di masa pandemi, serta perlunya strategi pemasaran digital yang efektif untuk mendukung keberlanjutan bisnis UMKM.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan seminar manajemen ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “**DAMPAK *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) JURAGAN BIBIT.ID DI KECAMATAN PRAMBON**” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan karunia-Nya.
2. Dr. Zainal Afandi Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Restin Meilina, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen.
5. Edy Djoko S, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing I atas segala bimbingan, arahan, saran dan motivasi yang diberikan dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Rony Kurniawan, M.M. selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, saran dan motivasi yang diberikan dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
8. Seluruh pelaku UMKM yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian

9. Orangtua penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan selama pengerjaan tugas akhir.
10. Terakhir terimakasih kepada pihak-pihak yang turut berpengaruh dalam penulisan, maupun kehidupan penulis yang tidak mungkin bisa penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah Swt senantiasa menaungi kita dengan keridhaan-Nya.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya, disertai harapan semoga seminar manajemen ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 27 Juni 2024

MOCH DANA NAFSYAH
NPM 2012010038

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Fokus Permasalahan.....	7
3. Rumusan Masalah	8
4. Tujuan Penelitian	8
5. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
1. Kajian Teori	10
1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	10
2. <i>E-Commerce</i>	18
2. Penelitian Terdahulu	22
3. Kerangka Berpikir.....	24
4. Kerangka Konseptual	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
1. Pendekatan Penelitian.....	26
2. Jenis Penelitian	27
2. Kehadiran Peneliti.....	28
3. Situs Penelitian.....	29

4. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan.....	30
5. Prosedur Pengumpulan Data.....	31
6. Teknik Analisis Data.....	32
7. Uji Keabsahan Temuan.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
1. Gambaran Umum Informan dan Diskripsi Situs Penelitian.....	35
A. Kondisi geografis.....	35
B. Sejarah Desa Bandung.....	36
C. Keadaan Ekonomi	36
D. Gambaran Informan.....	37
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian	38
3. Interpretasi dan Pembahasan	43
1. Interpretasi.....	43
2. Pembahasan	44
BAB V PENUTUP.....	47
1. Temuan.....	47
a. Kualitas produk	47
b. Kepuasan	47
c. Loyalitas	48
2. Implikasi.....	49
3. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UKM di Kabupaten Nganjuk.....	3
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara Pertanyaan 1.....	38
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Pertanyaan 2.....	40
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara Pertanyaan 3.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengajuan Judul Skripsi	54
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	55
Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan	56
Lampiran 4 Surat Persetujuan Informan	58
Lampiran 5 Dokumentasi	59

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Seiring waktu, terbukti bahwa Teknologi dan Informasi telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Perkembangan ini tidak hanya mencakup kemajuan dalam teknologi itu sendiri, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan budaya dalam kehidupan manusia. Salah satu contoh nyata dari perkembangan ini adalah kemajuan internet. Perkembangan internet, atau dikenal sebagai teknologi informasi, saat ini memberikan kemudahan bagi setiap individu dalam mendapatkan informasi dan menangani pekerjaan mereka. Penggunaan teknologi ini dapat memberikan manfaat baik untuk individu maupun orang lain, tergantung pada cara penggunaannya.

Perkembangan ini juga dipengaruhi oleh era globalisasi, di mana komputer dan internet dengan sifatnya yang dinamis telah mendominasi berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, fasilitas seperti komputer dan internet menjadi sangat penting dalam berbagai aktivitas, termasuk pendidikan, perkantoran, kegiatan komersial, dan industri. Fasilitas ini menjadi kebutuhan mutlak untuk mendukung berbagai kegiatan di era ini.

Pentingnya perkembangan teknologi ini juga tercermin dalam konteks global, di mana akses cepat dan mudah terhadap informasi atau data yang dibutuhkan menjadi kunci. Internet memainkan peran sentral dalam menyediakan akses cepat dan mudah terhadap informasi tersebut. Seiring dengan perkembangan teknologi, ketersediaan fasilitas ini telah menjadi

esensial dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. (Putra, Astuti dan Riyadi 2015).

Perubahan signifikan dalam perkembangan internet adalah munculnya *E-Commerce*, yang dapat diartikan sebagai model perdagangan atau jual beli yang dilakukan melalui media internet. *E-Commerce* semakin diminati oleh kalangan pebisnis baik skala besar maupun usaha kecil dan menengah (UKM). Hal ini disebabkan oleh kemudahan dalam mempromosikan produk secara online, yang mempermudah konsumen dalam menemukan produk yang diinginkan dan memungkinkan produsen untuk melakukan transaksi secara efisien. Selain itu, *E-Commerce* memungkinkan perluasan pangsa pasar dengan memanfaatkan platform online.

E-Commerce, juga dikenal sebagai Belanja Online, merupakan model bisnis yang mencakup berbagai kegiatan seperti menjual, membeli, memesan, membayar, dan memasarkan barang atau jasa menggunakan sistem komputer dan saluran komunikasi online, terutama Internet. Kekuatan utama *E-Commerce* terletak pada kemampuannya untuk memfasilitasi transaksi bisnis di seluruh dunia melalui jaringan online yang luas (Kuswiratmo, 2016).

Penelitian ini mendalami dampak *E-Commerce*, khususnya melalui Market Places seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan aplikasi serupa. Market place ini berfungsi sebagai wadah aplikasi yang mempermudah pemasaran produk. Seiring berjalannya waktu, perkembangan market place tidak hanya terbatas pada platform *E-Commerce*, melainkan telah meluas ke media sosial. Platform media sosial, terutama Facebook dan Instagram, telah

mengembangkan market place mereka sendiri, dimana pemilik akun dan pengembang perusahaan media sosial memanfaatkannya secara optimal untuk mendukung perkembangan online shopping.

Perdagangan melalui media elektronik ini, meskipun mirip dengan perdagangan tradisional, menawarkan kelebihan signifikan. Secara langsung, dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan dan keuntungan perusahaan atau pebisnis kecil. Fleksibilitas perdagangan melalui media elektronik memungkinkan pemotongan biaya-biaya pemasaran, seiring dengan kemudahan dan kecanggihannya dalam menyampaikan informasi tentang produk dan jasa secara langsung kepada konsumen di berbagai lokasi, dengan akses yang lebih mudah.

UKM di Kabupaten Nganjuk bergerak dalam berbagai industri senantiasa mencatatkan pertumbuhan cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Merujuk pada data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Nganjuk, jumlah pelaku UKM sejauh ini sebanyak 16.663 yang tersebar di berbagai kecamatan

Tabel 1. 1 Jumlah UKM di Kabupaten Nganjuk

Kecamatan	Jumlah Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga Menurut Kecamatan (Unit)		
	2020	2021	2022
Sawahan	280	280	280
Ngetos	465	465	465
Berbek	1039	1039	1039
Loceret	1136	1136	1136
Pace	1070	1070	1070
Tanjunganom	1133	1133	1133
Prambon	1091	1091	1091
Ngronggot	1278	1278	1278
Kertosono	976	976	976
Patianrowo	604	604	604

Baron	708	708	708
Gondang	655	655	655
Sukomoro	805	805	805
Nganjuk	907	907	907
Bagor	1140	1140	1140
Wilangan	438	438	438
Rejoso	1106	1106	1106
Ngluyu	509	509	509
Lengkong	527	527	527
Jatikalen	796	796	796
Jumlah	16663	16663	16663

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Nganjuk, 2023.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan UMKM di kabupaten nganjuk selama ini mengalami peningkatan, terlihat dari tahun 2020-2022 banyak tumbuh UMKM, hal ini dikarenakan akibat adanya pandemi covid. Pertumbuhan UKM diperkirakan akan meningkat seiring berjalannya waktu, terutama pada tahun 2020 ketika pandemi COVID-19 melanda dunia, termasuk Indonesia. Kondisi ini mendorong banyak orang untuk memulai usaha kecil dan menengah dengan modal yang relatif terjangkau. Selain itu, akses pasar menjadi lebih mudah berkat penggunaan *platform e-marketplace, E-Commerce*, dan media sosial yang ada, yang memudahkan para pengusaha baru dalam mempromosikan dan menjual produk mereka.

Penelitian ini membahas dampak pandemi Covid-19 secara global terhadap sektor ekonomi, baik secara domestik maupun internasional. International Monetary Fund (IMF) memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global akan mencapai minus 3%, dan di Indonesia, dampaknya terutama

dirasakan oleh sektor pariwisata, perdagangan, dan industri, terutama Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Data terkini per 4 Mei 2020 menunjukkan 11.192 kasus Covid-19 di Indonesia (Covid19.go.id).

Pandemi ini secara langsung menyebabkan PHK besar-besaran di beberapa industri, penutupan usaha, dan pengaruh negatif terhadap UKM. Pemerintah telah mengambil tindakan dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Soal Berskala Besar dalam rangka membatasi pergerakan dan mendorong individu untuk tinggal di rumah, kecuali untuk alasan penting. Pembatasan ini juga mempengaruhi kapasitas operasional UKM dan menyebabkan penurunan transaksi konsumen langsung.

Dalam mengatasi situasi ini, diharapkan operator bisnis akan menyesuaikan diri dengan mendirikan toko online atau terlibat dalam E-Commerce. E-Commerce, digambarkan sebagai platform untuk menjual, membeli, dan mempromosikan barang melalui saluran digital, berfungsi sebagai sarana untuk mengatasi kesulitan ekonomi yang timbul dari pandemi.

Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tidak hanya dihadapkan pada tugas menjalankan perdagangan *E-Commerce*, tetapi juga diharapkan untuk mampu mengintensifkan promosi produk dengan menerapkan strategi pemasaran digital. Penggunaan digital marketing dan media sosial menjadi krusial untuk mencapai konsumen secara langsung, sambil meminimalkan biaya promosi yang besar. Digital marketing, sebagai bentuk pemasaran yang mengandalkan akses internet, media sosial, dan fitur digital lainnya,

membantu industri dan pelaku usaha dalam mempromosikan produk serta jasa mereka. Selain itu, digital marketing dapat membantu memperluas pasar ke segmen yang sebelumnya tertutup atau terbatas akibat kendala waktu, jarak, dan cara berkomunikasi (Prabowo, 2018). Temuan penelitian yang dilakukan oleh Hendrawan, et al (2019) menunjukkan bahwa pemasaran digital memainkan peran yang menguntungkan dalam meningkatkan kinerja penjualan usaha kecil dan menengah (UKM).

Salah satu bentuk *E-Commerce* ideal yang mendukung UMKM untuk memasuki pasar online adalah marketplace online. Marketplace online membuka kesempatan bagi semua orang baik itu perusahaan besar atau pun UMKM untuk berjualan secara online melalui situs website dengan konsep C2C (consumer to consumer), marketplace online menyediakan sarana untuk melakukan belanja secara online.

Sebelum adanya layanan *E-Commerce*, pelanggan harus datang langsung ke lokasi penjual untuk membeli produk, yang tidak efisien bagi mereka yang sibuk. Memulai bisnis online saat ini tidak lagi membutuhkan modal yang cukup besar seperti ratusan juta rupiah yang sebelumnya diwajibkan untuk membeli tempat fisik atau toko dan menyimpan produk untuk dijual. Berbeda dengan bisnis tradisional, membangun kehadiran online hanya membutuhkan beberapa ratus ribu rupiah, memungkinkan individu untuk mendirikan toko online yang menampilkan beragam produk. Pengusaha dapat memanfaatkan

E-Commerce untuk memesan produk dari pemasok dan berkomunikasi lebih intens dengan pelanggan tanpa batasan waktu.

Peneliti berusaha menanyakan pengguna *E-Commerce* mengenai kemajuan UMKM di Kabupaten Nganjuk, berdasarkan fenomena yang diamati. Pemilihan kabupaten Nganjuk sebagai lokasi penelitian disengaja, karena peneliti merasakan dampak signifikan *E-Commerce* dalam mendukung UMKM di daerah tersebut. Selain itu, para peneliti tidak memiliki kekhawatiran tentang melakukan penelitian mereka di Kabupaten Nganjuk. Dalam penelitian ini, penulis telah menggunakan berbagai UMKM yang memanfaatkan *E-Commerce* dalam bisnisnya sebagai subjek penelitian. UMKM yang sedang diselidiki berlokasi di Kabupaten Nganjuk dan menggunakan *E-Commerce* dalam operasi bisnisnya. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil judul “Dampak *E-Commerce* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Nganjuk”

2. Fokus Permasalahan

Pada penelitian ini peneliti akan membatasi penelitiannya pada satu variabel saja. Batasan masalah ini disebut fokus, yang merupakan inti dari masalah yang masih bersifat umum. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, peneliti akan memfokuskan penelitian pada “Dampak *E-Commerce* Shopee terhadap UMKM Juragan Bibit.ID di Kecamatan Prambon”.

3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh *E-Commerce* Shopee terhadap UMKM?
2. Mengapa *E-Commerce* Shopee menjadi semakin penting sebagai bagian dari pertumbuhan ekonomi untuk bisnis UMKM saat ini?
3. Tantangan apa saja yang harus diantisipasi dalam membangun *E-Commerce* Shopee?

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *E-commerce* terhadap UMKM di Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui seberapa penting *E-Commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi untuk bisnis UMKM.
3. Untuk mengetahui tantangan yang harus diantisipasi pelaku UMKM dalam membangun *E-Commerce*.

5. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dijelaskan di atas, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk memahami bagaimana *E-Commerce* sebagai bagian dari ekonomi digital dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Nganjuk.

2. Manfaat untuk Pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah dalam meningkatkan efektivitas sektor digital, termasuk kualitas internet dan aspek terkait lainnya.

3. Manfaat untuk Peneliti Berikutnya

Studi ini dapat berfungsi sebagai titik referensi yang berharga bagi peneliti masa depan yang beroperasi dalam bidang yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Nadia., & Hendra, Ibrahim. 2024. *TANTANGAN DAN PELUANG STRATEGI PEMASARAN PADA PLATFORM SHOPEE DALAM MENCAPAI SUKSES GLOBAL*. Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi, 3(7), 71-80.
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/1868/1732>
- Ariawan, J.(2022). PERANAN MANAJEMEN SDM SEBAGAI KEBANGKITAN UMKM DITENGAH PANDEMI PADA KOMUNITAS UMKM PASAR LAMA KOTA TANGERANG. Jurnal Pengabdian Mandiri, 1(3), 395-400
- Ariyanto, A. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatra Barat: Insan Cendekia.
- BPS. 2023. *Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Nganjuk*.
- Fahmi, I. 2018. *Perilaku Organisasi (Teori, Aplikasi, dan Kasus)*. Bandung: Alfabeta.
- Farhan, Dimas Fauzi., Egi, Makmuri., Nurartanti., Rika, Sundari., & Riki, Gana Suyatna. 2024. *Pengaruh E-Commerce Sebagai Penjualan Produk UMKM (Boboko) Di Kecamatan Bandung*. Jurnal ilmu manajemen, ekonomi, dan kewirausahaan, 2(2), 103-119. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Wawasan/article/download/1850/1476/5075>
- Firmansyah, A. 2018. *Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia*. Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi. DO - 10.17933/mti.v8i2.107
- Gunawan, I. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadion, W. 2020. *Digitalisasi UMKM*. Sumatra Barat: Iinsan Cendekia Mandiri.
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. 2020. *Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan pendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan-Depok*. Journal Of Management, Business And Education, 7(1), 56-68.
- Hastuti, Puji. 2020. *Kewirausahaan dan UMKM*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Hendrawan et, al. 2019. *Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap*. Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan, 4, 50 – 61.
- Indriayu, M. 2020. *Business Development Service: Mewujudkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berdaya*. Surakarta: CV Indotama Solo.
- Istiqomah, Riska Nur., Nourma, Ulva., M. Imam, Purwantoro., & Dini, Ayu. 2023. *Pemanfaatan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM di Desa Gending*. Journal of global and multidisiplinary, 1(5), 684-691. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/download/248/151/692>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & Piercy, N. 2012. *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kurniawan. 2020. PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Rumah

- Makan Bebek Kaleyo Cabang Cempaka Putih). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(20). <http://repository.stei.ac.id/3350/>
- Laia, Alvian. & Sunargo.(2022) PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFÉ BERINGIN PREMIUM KOTA BATAM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 10(2), 2502-3055
- Madrianah, M., Kausar, A., Muchsidin, F. P., & Verawaty, V. 2023. *Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek dalam Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), 34-42.
- Moleong, L. J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Prabowo, A. Y. 2018. *Digital Marketing untuk Pemula*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Repalina, Mia. 2024. 131 PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE BLIBLI.COM (Studi pada Mahasiswa Universitas Kuningan). *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(1). <https://www.journal.feb.uniku.ac.id/jimeb/article/view/22/16>
- Romadhoni, Rahman Hakim Arriza. 2021. PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN BRAND LOYALTY TELKOMSEL (STUDI PADA PENGGUNA TELKOMSEL DI KOTA MALANG). Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/29844/>
- Sembiring, Robin Kamandanu. 2023. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. TELKOM KABANJAHE. Skripsi Sarjana, Universitas Quality Berastagi. <http://portaluqb.ac.id:808/993/>
- Septyanti, Ratih. 2022. PENGARUH MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM DI PALEMBANG. Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya. https://repository.unsri.ac.id/82807/3/RAMA_87203_06031281823029_002_0066902_01_front_ref.pdf
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.