

DAFTAR PUSTAKA

- Abidat, A.H., Handayani, P.W., & Azzahro, F. (2019). Analysis of Factors Affecting People's Intentions in Investing Through Sharia Peer-To-Peer Lending. *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2019*, 1, 224-229.
- Adawiyah, C. R., Sumardjo, & Mulyani, E. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peran Komunikasi Kelompok Jagung, Dan Kedelai Di Jawa Timur. *Jurnal Agro Ekonomi*, 35(2), 151-170.
- Adrim, M & Fahmi. (2010). *Panduan Untuk Penelitian Ikan Laut*. Jakarta: Pusat Penelitian Oseanografi-LIPI.
- Afida, R.N., & Zamzami, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Produk Digital secara Online. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 18(2), 239-252.
- Andriani, M. & Wirjatmadi, B. (2012). *Peranan Gizi dalam Siklus Kehidupan*. 1 ed. Jakarta: Kencana Media Group.
- Andy, P.W., Jefry, A.M, & Aniek, I. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Aisyah, S. (2013). *Analisis Persepsi dan Sikap serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Petani Untuk Menggunakan Sumber Pembiayaan Formal Usaha Tani di Kabupaten Asahan*. (Tesis Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara).
- Alwendi, A. (2023). Sosialisasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Desa Basilam Baru Kecamatan Muara Tais-II Kabupaten Tapanuli Selatan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 135-143.
- Sardiman, A.M. (2016). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 68-72.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rhineka Cipta.
- Aryati, Sholahuddin, & Widjajani, R. (2024). *Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 8.0. Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era

Transformasi Nasional: 83 – 88. Bandung, 29 Agustus 2024: Politeknik STIA LAN Bandung.

- Apriani, L., Saparahayuningsih, S., Qalbi, Z. (2021). Perbandingan Tingkat Kemandirian Anak Usia Dini Ditinjau dari Wilayah Tempat Tinggal. *Jurnal Pena Paud*, 2(2), 44-52.
- Azizah, S. F. N. (2020). *Pengaruh Pembiayaan Syariah tanpa Agunan, Curahan Waktu Kerja, dan Jumlah Tanggungan Keluarga terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Malang*. (Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya).
- Baihaqi, W.T. (2017). *Pengaruh Persepsi Pemilik Atas Tujuan Laporan Keuangan dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada UMKM (Studi empiris pada UMKM di Kabupaten Banjarnegara)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Bar, E.S. (2015). A case study of obstacles and enablers for green innovation within the fish pro-cessing equipment industry. *Journal of Cleaner Production*, 90, 234-243.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Jumlah Pengguna Pemasaran Digital Tahun 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bakari, Yuliana. (2019). Analisis Karakteristik Biaya dan Pendapatan Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Tilogkabil, Kabupaten Bone Bolango. *JSEP*, 15(3): 265-277.
- Billah, Z. I. (2021). Peran dan Kendala Fintech Syariah pada UMKM di Indonesia. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 2(2), 256-266.
- Bird, B., Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2017). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention Of Science And Engineering Student? The Effect Of Learning, Inspiration And Resources. *Jurnal Of Business Venturing*, 22(4): 566-591.
- Budiman, Riyanto, & Agus. (2013). *Kapita Selekt Kuesioner Pengetahuan dan Sikap dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Burano, R.S., & Siska, T.Y. (2019). Pengaruh Karakteristik Petani Dengan Pendapatan Petani Sawah. *Menara Ilmu*, 13(10), 68 – 74.
- Cahyani, A.D., Agustiani, N., Aprianto, Y., & Malik, A. (2024). Analisis Strategi Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. *Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif*. 1(4), 51 – 64.

- Chaffey, D., Chadwick, F.E., Mayer, R., & Jhonston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damayanti, W., & Liviawaty, E. (2021). Perkembangan Populasi Mikroba Selama Pengendalian Lingkungan Fermentasi Ikan Kembung. *Jurnal Akuatek*, 2(1), 19-24.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Departemen Pendidikan Indonesia. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Desroiser, & Norman. (1988). *Teknologi Pengawetan Pangan*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Dewi, Buana, A. & Wikrama, A.A.N.A.W.B. (2023). Adaptasi Masyarakat Adat Terhadap Modernitas. *Jurnal Cakrawati*, 6(1), 124-134.
- Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan. (2024). *Produksi Ikan Nila Tiap Kecamatan di Kota Tasikmalaya Tahun 2023*. Tasikmalaya: DKPP.
- Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan. (2024). *Produksi Ikan di Kota Tasikmalaya Tahun 2019-2023*. Tasikmalaya: DKPP.
- Djaali. (2013). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fadhilah, D.A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gora, R. (2020). Difusi Informasi Penggunaan Fintech di Media Sosial terhadap Perubahan Pola Transaksi Jual Beli Remaja Jakarta. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 498(April), 1 – 14.
- Gujarati. (2005). *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hanum, A.N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 1 – 15.

- Harrington, J. (1993). *Total Improvement Management*. New York: McGraw-Hill, inc.
- Hidayat, A., Sari, N., & Kurniawan, R. (2021). Analisis Pendapatan Pelaku Usaha Pengolahan Ikan di Wilayah Pesisir Indonesia. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 16(3), 89-102.
- Izzah, N. (2019). Analisis Loyalitas Konsumen Produk Berlabel Halal. *Jurnal Al Qardh*, 4, 51-59.
- Judijanto, L., Defitri, S.Y., Mu'min, H., Harsono, I., & Isma, A. (2024). Pengaruh E-Commerce dalam Pemasaran Produk Pertanian Organik terhadap Keuntungan dan Pangsa Pasar Pedesaan di Bandung. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(1), 78-87.
- Kan, M. P. H., & Fabrigar, L. R. (2017). Theory of Planned Behavior. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1 – 8. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1191-1.
- Kannan, P.K., & Li, H.A. (2020). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 37(1), 22-45.
- Kim, K., & Prabhakar, B. (2004). Initial trust and the adoption of B2C e-commerce: The case of internet banking. *ACM SIGMIS Database*, 35(2), 50-64.
- Kleindl, B.A., & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*. United States of America: South Western.
- Krueger, N. (2013). The Impact Of Prior Entrepreneurial Exposure On Perceptions Of New Venture Feasibility And Desirability. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Kurniawan, A., & Asharudin, M. (2018). Small an Medium Enterprises (SMES) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 2(1), 115-120.
- Kurniawan, I., Hadi, S., & Sakitri W. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Skala Usaha, dan Saluran Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 209-224.
- Kurniawan, T.A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada UMKM Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 5(2), 151-160.

- Kusnadi, R. (2011). *Fishbone Diagram dan Langkah-Langkah Pembuatannya*. <https://eriskusnadi.com/2011/12/24/fishbone-diagram-dan-langkah-langkah-pembuatannya/>
- Viedy, L. & Samadi. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 10(3): 953.
- Maarif, M.S., & Kartika, L. (2017). *Manajemen Perubahan dan Inovasi: Upaya Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. IPB Press.
- Makmun, Khairani. (2013). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja.
- Martawardaya, A. (2020). Determinan Faktor yang Mempengaruhi UMKM menggunakan E-Commerce sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Taknoekonomi*, 17(1), 1-10.
- Mandang, M., Sondakh, M.F.L., & Laoh, O. E. H. (2020). Karakteristik Petani Berlahan Sempit di Desa Tolok Kecamatan Tompasso. *Agri-Sosioekonomi*, 16(1), 105-114.
- Murnawan, H. (2014). Evaluasi Produktivitas dengan Metode Fishbone di Perusahaan Percetakan Kemasan PT. X. *HEURISTIC*. Jurnal Teknik Industri, 11(01).
- Naimah, R.J. Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Febrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39.
- Nayaka, K. W., & Kartika, I. N. (2018). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah di Kecamatan Mengwi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, hal 1927-1956.
- Nisya, A., Firdaus, R., Naz'aina, & Yunita, N.A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha dan Motivasi Kerja Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 2(4), 511-522.
- Nurchaya, Y.A., & Dewi, R.P. (2019). Analisis Pengaruh Perkembangan Fintech dan E-Commerce Terhadap Perekonomian Masyarakat. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 5(2), 21-35.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *Jurnal Semarak*, 2(1), 31-43.

- Pratama, A., Susanti, R., & Wibowo, A. (2021). Factors Affecting Digital Marketing Adoption in Large-Scale Enterprises in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Reseach*, 22(4), 345-360.
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant factors of e-commerce adoption by SMEs in developing country: Evidence from Indonesia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 195, 142-150.
- Rakasyifa, I., & Mukti, G. W. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur dan Buah di Ritel Online (Suatu Kasus pada Konsumen Ritel Online di Jakarta). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 275-289.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Rochmawati, N.F., Riyanto, W.H., & Nuraini, I. (2018). Hubungan Tingkat Pendidikan, Usia, dan Pengalaman Kerja terhadap Pendapatan Pekerja Wanita pada Industri Kerajinan Dompot Ida Collection di Desa Pulo Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 399-408.
- Rofifah, Dianah. (2020). Pemanfaatan Media Facebook dan WhatsApp Sebagai Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan di UMKM GPS Sablon. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*. 12-26.
- Rozinah, S., & Meiriki, D.A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal JDM*, 2(2), 134-152.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saparinto, Cahyo. (2006). *Bahan Tambahan Pangan*. Yogyakarta: KANISIUS.
- Saptarianto, H., Deviani, S., Anah, S.I., & Noviyanti, I. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital, dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Manuhara*, 2(3), 128-139.
- Saputra, R., & Pulungan, F.A.P. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan *E-Commerce* melalui Pembuatan *Content Markerting* dan *Advertising Campaign* untuk meningkatkan *Brand Awareness* Racabel. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (Maeswara)*, 2(5), 149-163.
- Setyowati, M., & Handayani, A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial oleh Pengusaha UMKM di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(2), 228-237.

- Siagian, C. (2009). *Keanekaragaman dan Kelimpahan Ikan serta Keterkaitannya dengan Kualitas Perairan di Danau Toba Balige Sumatera Utara*. (Tesis Sekolah Pascasarjana USU).
- Siagian. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, R., Nilawati, N.S., Rotua, M., & Surata, I.G., (2016). *Gizi Kuliner Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Siwi, A.F. & Supriyono (2023). Pentingnya Sosialisasi Dalam Meningkatkan Awareness Perlindungan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Kepada Masyarakat Di Surabaya. *KARYA*, 3(2), 202 – 206.
- Soekartawi. (1996). *Pembangunan Pertanian*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Statistics Indonesia. (2021). *Statistics of fishery establishment 2021*. (Issue 1).
- Subakti, H., Hurit, R.U., Eni, G.D., & Yufrinalis, M. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 17.
- Sumardi. (2004). *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Depok: Rajawali.
- Sumardji, Hari. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi pada Usahatani Padi Pola Tanam SRI (System of Rice Intensification) di Kabupaten Sumenep. *CEMARA*, 9(1), 35-49.
- Surjadmodjo, D. & Cangara, H. (2024). Analisis Pengaruh Teknologi Komunikasi dan Perubahan Perilaku. *Jurnal BADATI*, 6(1), 1-14.
- Suryani, E., & Handayani, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan E-commerce pada UMKM di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 101-112.
- Susanti, R., Pratama, A., & Wijaya, T. (2020). Karakteristik Sosial-Ekonomi Pelaku Usaha Perikanan di Pesisir Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kelautan*, 15(2), 123-135.
- Susdiani, L., & Yolanda, D. R. (2021). Analisis Faktor Determinan Minat Penggunaan Kembali Fintech sebagai Sarana Pendukung Program Physical Distancing pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Padang dengan Pendekatan

- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 164 – 183.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10.
- Taiminen, H.M., & Karjaluo, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Jakarta: Deepublish.
- Teo, T.S.H., & Choo, W. Y. (2001). Assessing the impact of using the internet for competitive intelligence. *Information & Management*, 39(1), 67-83.
- Tuten, T.L., & Solomon, M.R. (2017). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Undang-Undang Republik Indonesia. No. 20 Tahun 2008. *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Viddiastuti, E.A.N. & Winowata, J.P.A. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fabil Natural. *Jurnal Manuhara*. 2(2), 160 – 173.
- Wijayanti, I., Ibrahim, Agustini, T.W, & Amalia, U. 2010. *Gizi Ikani (bahan Ajar)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wismiarsi, Tri. (2008). *Hambatan Ekspor UKM Indonesia*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Yel, M.B. & Nasution, M.K.M. (2022). Keamanan Informasi Data Pribadi Pada Media Sosial. *Jurnal Informatika Kaputama (JIK)*, 6(1), 92-101.
- Yulianti, P., & Masruri. (2024). Analisis Open Innovation Ditinjau dari Perspektif Resource Based View (RBV) Theory. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(4), 635-652.
- Yusfiana, M., Diana, A., & Ansari, A. (2019). Perbandingan Chitosan buatan dari hasil samping industri pembekuan udang dengan Chitosan komersil terhadap pengawetan mutu kesegaran ikan nila (*Oreochromis niloticus*). *Jurnal Pertanian Tropik*, 6(3), 375-382.

Zainularifin, F.H. & Riyanto, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Penjualan Pedagang Konvensional Produk Pertanian di Kelurahan Kedungsari Kota Magelang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 32-39.