

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. (2019, 27 Februari). *Kominfo sebut e-Commerce Indonesia capai 78 persen*. beritajatim.com | Portal Berita Jawa Timur Hari Ini. <https://beritajatim.com/kominfo-sebut-e-commerce-indonesia-capai-78-persen>.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Pada Desember 2024 inflasi Year-on-Year (y-on-y) adalah sebesar 1,57 persen. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/01/02/2397/pada-desember-2024-inflasi-year-on-year--y-on-y--adalah-sebesar-1-57-persen-.html> (Diakses pada Mei 2025)
- Bank Mandiri. Suku Bunga Dasar Kredit. <https://www.bankmandiri.co.id/suku-bunga-dasar-kredit> (Diakses pada 14 Juni 2025).
- Christy, F. E. (2020, August 31). Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024. *tempo.co*. <https://www.tempo.co/data/data/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024-248394> (Diakses pada Mei 2025)
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82.
- Gusdini, W., Mawadda, S., Harahap, D. S., & Silalahi, P. R. (2023). Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui Tiktok Shop. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 10-19.
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131-142.

- Hanum, L., Saputri, R., Ningsih, Y., Armayanti, N., & Nofirda, F. (2023). Evaluating the impact of TikTok promotions on online shops: Literature study approach. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 1287-1292.
- He, S., Yao, H., & Ji, Z. (2021). Direct and indirect effects of business environment on BRI countries' global value chain upgrading. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12492.
- Ismail, T. A. (2024, 6 Oktober). Indonesia menjadi negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia. *Radio Republik Indonesia*. <https://www.rri.co.id/ipitek/1027295/indonesia-menjadi-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia>
- Kadin Indonesia (2023). Data dan Statistik UMKM Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/> (Diakses pada 20 Mei 2025)
- M, R. (2024, 6 Februari). Bukan Jawa! Ini 10 Provinsi dengan Pertumbuhan Ekonomi Tertinggi di RI. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240206100323-128-512191/bukan-jawa-ini-10-provinsi-dengan-pertumbuhan-ekonomi-tertinggi-di-ri>
- Maurya, A. (2012). *Runing Lean. Iterate from Plan A to a plan That Works*. United States of America: O'Reilly Media, Inc.
- MENPAREKRAF : KONTRIBUSI FESYEN CAPAI 17,6% DARI TOTAL NILAI.* (n.d.). [https://itrade.cgsi.co.id/menparekraf-kontribusi-fesyen-capai-176-dari-total-nilai-ekraf#:~:text=Info%20Pasar%20&%20Berita&text=IQPlus%2C%20\(27/3\).,mencapai%2018%20hingga%2025%20persen](https://itrade.cgsi.co.id/menparekraf-kontribusi-fesyen-capai-176-dari-total-nilai-ekraf#:~:text=Info%20Pasar%20&%20Berita&text=IQPlus%2C%20(27/3).,mencapai%2018%20hingga%2025%20persen) (Juni 2025)
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*. edisi kelima. cetakan kesembilan. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- Nur, Z. R. F., Rabbiana, I. N. N., Diba, T., & Fitroh, F. (2023). TikTok Shop: Unveiling the Evolution from social media to Social Commerce and its

- Computational Impact on Digital Marketing. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 4(2), 88-96.
- Osterwalder & Yves Pigneur. (2010). *Business Model Canvas* . (T. Clark, Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Panggabean, A. D. (2024, 29 Mei). Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024. *Radio Republik Indonesia*.
[\(https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Ini%20Data%20Statistik%20Penggunaan%20Media%20Sosial%20Masyarakat,.%20242%20juta%20pengguna%20\(93%2C4%25%20dari%20populasi\)](https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Ini%20Data%20Statistik%20Penggunaan%20Media%20Sosial%20Masyarakat,.%20242%20juta%20pengguna%20(93%2C4%25%20dari%20populasi)) (Diakses pada Mei 2025)
- Permana, I. (2023, August 24). Ternyata Industri Tas di Indonesia Tumbuh 10% Setiap Tahun. *Okezone finance*.
<https://economy.okezone.com/amp/2023/08/24/455/2870273/ternyata-industri-tas-di-indonesia-tumbuh-10-setiap-tahun> (Diakses Mei 2025).
- Pratini, H. B., & Setiawan, I. (2022). Perencanaan Model Bisnis Untuk Merdeka Ritel Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* . *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika)*, 13(2), 163-171.
- Rangkuti, F. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rianawati, A., Darmasetiawan, N. K., Hadi, F. S., & Joshua, O. (2024). Peningkatan Akuakultur Di Wilayah Jawa Timur Melalui Strategi Inovasi Dengan Pendekatan Matriks TOWS. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 1518-1531.
- Rifa'i, Z., & Witriantino, D. A. (2022). Analisis Digital Marketing Start-up Himpimpaa.id Menggunakan Metode Analisis SWOT, Value Proposition Canvas, dan Competitive Five Force. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 8(1), 75–82.

- Riyanto, Andi Dwi. (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
 (Diakses pada Mei 2025)
- Rizqullah, E. R., Hasun, F., & Sagita, B. H. (2019). Evaluasi Model Bisnis Angelina Zanisa Leatherworks Dengan Menggunakan Kerangka *Business Model Canvas*. *eProceedings of Engineering*, 6(2).
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131-140.
- Safitri, J. (2022). Impact of Instagram posts, Instagram stories, and Instagram reels on brand awareness of Muslim clothing brand Zombasic. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 8(2), 289-302.
- Septiani, L. (2024, 30 Januari). 56% UMKM jualan lewat Instagram, Facebook, TikTok. *Katadata*. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/65b7a536d69f1/56-umkm-jualan-lewat-instagram-facebook-tiktok>
- Setiawan, R., & Sisilia, K. (2020). Analisis profil pelanggan untuk pengembangan aplikasi futsal menggunakan pendekatan desain proposisi nilai. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Pustaka Setia: Bandung.
- Solihin, M., Jalaludin, Novita, M., & Ismail, M. S. (2019). SWOT ANALYSIS ON THE TRANSFORMATION OF ISLAMIC HIGHER EDUCATION. *Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 159–174.
- Statista. (2023). *Number of internet users in Indonesia from 2017 to 2022 with forecasts until 2028*. <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>. (Diakses pada Mei 2025)
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan *Business Model Canvas*. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51-61.

- Susanti, E., & Adha, S. (2023). The Effect of Tik Tok Live Streaming in Increasing Consumer Trust and Purchasing Decisions. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 2(12), 3293-3306.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Yonata, Agnes Z. (2024). Makin Maju, Pertumbuhan E-Commerce Indonesia yang Diprediksi Tertinggi di Dunia. <https://data.goodstats.id/statistic/makin-maju-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-yang-diprediksi-tertinggi-di-dunia-QiN5h>. (Diakses pada Mei 2025).
- Yulistara, A. (26 Maret 2018). 60% orang Indonesia pilih beli produk asing ketimbang lokal. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180326194751-33-8635/60-orang-indonesia-pilih-beli-produk-asing-ketimbang-lokal>(Diakses pada 20 Mei 2025)