

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Agusven, T., Fauzar, S., & Kusumah, S. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM di Desa Penaga. *Community Development Journal*, 4(2).
- Alysia, V. (2021). Kajian Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui e-Peken dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 45–60.
- Barus, D. R., Simamora, H. N., Sihombing, M. G. S., Panjaitan, J., & Saragih, L. S. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6).
- Beritajatim.com. (2022). *Situs Belanja Online, E-Peken Surabaya, Tembus Rp 35 Milyar Jumlah Transaksi*.
- Bungin, B. (2020). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cahyaningrum, D. P. (2023). *Peran Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan dalam Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Pasar Gembong Asih di Surabaya* [Skripsi]. Universitas Bhayangkara.
- Cresswell, J. W. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (6th Edition)*. Sage Publications.
- Damayanti, A. A. (2021). *Analisis Kualitatif Penggunaan Media Sosial terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM & PTSP). (2021). *Laporan Kinerja DPM & PTSP*. Surabaya: DPM & PTSP Surabaya.
- Djogo, O. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran dalam Era Digital pada Masa Sekarang. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1), 43–47.
- Fernanda, F. F., Wardaya, W., & Primandhana, W. P. (2024). Evaluasi Dampak Platform e-Peken Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Surabaya. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4).

- Griffin, R. W. (2020). *Fundamentals of Management (9th Edition)*. Boston: Cengage Learning.
- Gunawan, B. (2022). Pendampingan Pengelolaan Operasional Bisnis dan Pemasaran Toko Kelontong di Bangunjiwo Kasihan Yogyakarta. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 329–335.
- Handayani, R. (2022). *Manajemen Organisasi Publik: Struktur, Fungsi, dan Dinamika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haryanto, B. (2024). *Strategi Digitalisasi UMKM di Era Ekonomi Digital*. Pustaka Ekonomi Digital.
- Haryanto, F., & Nugroho, Y. (2023). Peran UMKM dalam Perekonomian Lokal: Peluang dan Tantangan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 44–58.
- Herdiansyah, H. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- JawaPos.com. (2022). *Transaksi E-Peken Surabaya Capai RP 35,47 Miliar Hingga Akhir 2022*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Mailizar. (2022). *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi pada Desa Alue Sungai Pinang Kabupaten Aceh Barat Daya)*.
- Miles, M. B., & Huberman, A. (2023). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th Edition)*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musnaini. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Nasution, S. (2020). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Pemerintah Kota Surabaya. (n.d.). e-Peken Surabaya. <https://peken.surabaya.go.id/>
- Putri, A. D., & Nugroho, R. A. (2023). Efektivitas Program Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 112–120.

- Putri, A., R. T. (t.t.). *Transformasi Digital UMKM: Peluang dan Tantangan*. Gadjah Mada University Press.
- Putri, R. A., & Riofita, H. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Inspirasi Edukatif: Jurnal Pembelajaran Aktif*, 5(4).
- Rizal, A. (2022). Peran e-Peken dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 20(1), 43–56.
- Robbins, S. P. , & Coulter, M. (2023). *Management: Global Edition*. Pearson Education.
- Rohali, M. C. A., & Kusumasari, I. R. (2024). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Mengembangkan UMKM Produk Teh Rosella di Kelurahan Ngipik. *JBI (Jurnal Bisnis Indonesia)*, 15(1).
- Santoso, D. (2023). *Penerapan Teknologi Digital dalam UMKM: Studi Kasus di Indonesia*. Literasi Digital Indonesia.
- Santoso, J. (2022). UMKM dan Transformasi Digital: Menuju Daya Saing Global. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 9(3), 19–32.
- Setiawan, A., & Pramudito, T. (2023). *Digital Marketing: Konsep, Teknik dan Implementasi*. Penerbit Andi.
- Setiawan, R. (2023). Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 12(2), 45–60.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiati. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM di Indonesia: A Scooping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 1–16.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarno, D. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Online untuk UMKM: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 77–90.
- Susanti, R. (2022). *Transformasi Digital UMKM: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital*. Jakarta: Pustaka Ekonomi Nusantara.
- Tambunan, T. (2023). *UMKM dan Pembangunan Ekonomi di Indonesia: Kebijakan dan Strategi Pengembangan*. LP3ES.
- Tjiptono, F. (2023). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Aplikasi Kontemporer*. Andi.

- Wahyuni, R., & Budiarto, T. (2023). e:Peken Platform Digital untuk Pemberdayaan UMKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 22(3), 125–137.
- Wijaya, H., & Sari, D. (2024). Adaptasi UMKM di Masa Pandemi: Peran Digitalisasi dalam Mempertahankan Usaha. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 8(2), 67–80.
- Yusmalina, A. E., & Dharmawan, A. (2023). Komunikasi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Aplikasi e-Peken di Surabaya. *The Commmercium*, 6(2), 62–71.