

KAJIAN PUSTAKA

- Andika, M., Masithoh, S., Kholiq, Y. N., Nisa, D. A., & Rohmah, N. (n.d.). Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*.
- Anugrah, K. F. (2024). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap . *Jurnal Maneksi*.
- APJII. (n.d.). *Pengguna Internet Indonesia*.
- Aqualdo, N., Kurniasih, C. E., & Budiartiningsih, R. (n.d.). PERLUASAN PEMASARAN PRODUK DENGAN PEMANFAATAN . *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* , 2024.
- BPS. (2023). *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indoneisa*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (n.d.). *Konsumsi Pengeluaran Perkapita Masyarakat*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table?subject=523>
- Dalgic, T. (2006). *Handbook of Nicher Marketing*. Canada: Library of Congress Cataloging.
- databoks. (2024). *5 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- databoks. (2024). *Indonesia Jadi Penyumbang Kunjungan Terbanyak ke Shopee pada 2023*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/21/indonesia-jadi-penyumbang-kunjungan-terbanyak-ke-shopee-pada-2023>
- Elisabet, S. M., Amelia, W. R., & Pribadi, T. (2022). The Effect of Ease and Trust Using *E-commerce* on. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*.
- Fatimah, F. N. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Hoffan, R., & Yeh, C. (2023). *Blitzscaling*. Blitzscaling Academy.
- Indonesia, K. K. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Retrieved from ekon.go.id: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-pentingdalam-perekonomian-indonesia>
- Jannah, R. (2023). PEMANFAATAN WHATSAPP BISNIS DALAM STRATEGI PEMASARAN UNTUK. *IDE SINTAKS JURNAL*.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. A. (2014). *Blue Ocean Strategy*. USA: Harvard Business Review Press.
- Krisdanu, C. A., & Kiranastari Asoka Sumantri. (2023). Tiktok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. *ResearchGate*.
- Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. A. (2023). Tik Tok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*.

- Lestari, M. D., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Pelatihan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap . *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.
- Lidwina, A. (2021). *80% Ibu Indonesia Paling Sering Belanja Online di Shopee*. Databoks.
- Maurya, A. (2012). *Running LEAN*. United States of America: O'Reilly Media.
- Mulyana, A., & Rusmawan, U. (2023). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI POINT OF SALE (POS) BERBASIS WEB. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Nugroho, W., Nugroho, A. S., Hadi, A. A., Aulia, F. A., & Hadi, E. K. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Point Of Sales Dengan Rapid Application. *IMTechno: Journal of Industrial Management and Technology*.
- Oesterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Bernarda, G. (2014). *Value Proposition Design*. Canada: John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Canada: John Wiley & Sons.
- Persada. (n.d.). *UMKM Kabupaten Brebes*. Retrieved from satudata.dinkop: <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkmkabkota/Kabupaten%20Brebes>
- Puspitawati, D., Laely, N., Sustiyatik, E., & Marwanto, H. (2022). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Serta Prestasi Kerja Terhadap . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* .
- Rahmani, N. A., Nasution, J., & Alfiani, S. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Diskon Dan Kualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Retizen. (n.d.). *Mengenal Lebih Dekat Nyadran Brebes*. Retrieved from republika.co.id.
- Sentoso, A., Nurhidayati, M., Riana, S. F., Lo, M., Jovina, & Tan, R. (2023). Strategi Penerapan Pemasaran Digital Marketing pada Warung . *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*.
- Shihab, M. S., Azmi, M., Indra, Zahrudin, M., & Lazirka, D. P. (2022). The Effect Of Advertising, Sales Promotion, And Brand . *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)* .
- Susarnaya, K., Yuli, L. N., Mahardika, M. B., & Guritna, K. D. (2022). Analisis UMKM Toko Sembako JANS77. *Semantic Scholar*.
- Tarif PPN Jadi 12% Mulai 2025, Kelas Menengah Bawah Paling Terdampak*. (2024). Retrieved from databooks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/13/tarif-ppn-jadi-12-mulai-2025-kelas-menengah-bawah-paling-terdampak>
- The VTDF Model: Tech Success Recipe*. (2024). Retrieved from growthshuttle: <https://growthshuttle.com/frameworks/vtdf-model/>
- Timmers, P. (1998). *Business Models for Electronic Markets*.

- What is Ohmae's 3C Model.* (n.d.). Retrieved from Visual Pradigm Online:
<https://online.visual-paradigm.com/knowledge/strategic-analysis/what-is-ohmaes-3c-model/>
- Yarlina, V. P., & Huda, S. (2021). TRATEGI PERLUASAN PASAR PRODUK PANGAN LOKAL UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*.
- Zagoto, Y., Yuliyati, M. T., Pambudi, R., Cikdan, M., & Mukadi. (n.d.). Peran Pemasaran Melalui Media Sosial dalam . *Jurnal Peradaban Masyarakat*.
- Zott, C., & Amit, R. (n.d.). The Fit between Product Market Strategy and Business Model. *Strategic Management Journal*, 2008.