

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 1–443. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf

Rika Fathimah, 2018 . Buku Pedoman Global Gotong Royong (G2R): Inovasi Gerakan Desa dengan Menggunakan Model Tetrapreneur, Yogyakarta : Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) DIY Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat (BPPM) DIY Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018).

Rika Fatimah, P.L (2016). PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Supporting Needs at Different Stages of Entrepreneur [Laporan].

Sekaran, U. & Bougie, R. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis (Vol. 2). Jakarta : Salemba Empat.

Jurnal :

Ajidin, Z.A., & Ti, R.F. (2022). Halal Approach On Food Product Design In The Village Level. Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam. <https://doi.org/10.31958/imara.v6i1.5797>

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Daerah Istimewa Yogyakarta Dan Badan Pemberdayaan Perempuan Dan Masyarakat (BPPM) DIY. 2018. Buku Pedoman Global Gotong Royong (G2R): Inovasi Gerakan Desa Dengan Menggunakan Model Tetrapreneur.

Bakhri, S. (2020). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil Dan Menengah. Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah, 5(1), 54. <https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6789>

- Cesariana, C. ., Juliansyah, F. ., & Fitriyani, R. . (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Choirunnisa, Ferdinand, A. T., & Indriani, F. (2018). Analisis Pengaruh Penginderaan Pasar, Pemasaran Kewirausahaan, Kemampuan Jaringan, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Ukm Makanan Dan Minuman Di Kota Semarang). 27(2). <https://doi.org/10.14710/Jbs.27.2.79-94>
- Deku, W. A., Wang, J., & Das, N. (2021). Innovations In Entrepreneurial Marketing Dimensions : Evidence Of Halal Food SMES In Ghana. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0098>
- Dhewanto, W., Ratnaningtyas, S., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Prasetyo, E.A. (2020). Rural Entrepreneurship: Towards Collaborative Participative Models For Economic Sustainability. *Entrepreneurship And Sustainability Issues*, 8, 705-724. [http://doi.org/10.9770/Jesi.2020.8.1\(48\)](http://doi.org/10.9770/Jesi.2020.8.1(48))
- Dwi Wulansari, S., & Hendra Setiawan, A. (2014). Analisis Peranan Dana Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik (Penerima Zakat) (Studi Kasus Rumah Zakat Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Economics*, 3(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/Jme>
- Dzikrulloh, D., & Permata, A.R. (2019). Optimalisasi Zakat Sebagai Instrumen Modal Sosial Guna Mengatasi Masalah Kemiskinan Di Indonesia. *Dinar : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. DOI:10.21107/dinar.v5i1.5127
- Fadillah, S., Lestari, R., & Rosdiana, Y. (2017). Organisasi pengelola zakat (OPZ): Deskripsi pengelolaan zakat dari aspek lembaga zakat. *Kajian Akuntansi*, 18(2), 148-163.

- Fajriati, Rachmi, (2017). Pengaruh Sikap, Motivasi, Kepribadian Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha.
<http://repository.ums.ac.id/handle/123456789/18515>
- Fatoki, O.P., & Fatoki, T.H. (2020). Experiential Marketing: Effects on Brand, Customer and Market Experience, and Industrial Applications with Perspectives from Nigeria. *Marketing – from Information to Decision Journal*, 3, 58 - 66.
- Febriyani, D., Elsa, & Nawawi, M. (2022). Penguatan UMKM Upaya Peningkatan Industri Halal Di Indonesia. 23(1), 13–22.
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Riau). Syarikat: *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. doi:10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3694
- Hendriyanto, H., Mariati Tamba, M.T., & Tri Suratmi, T.S. (2022). Effect Of Use Of Productive Zakat, Work Ethos And Mustahiq Empowerment On The Growth Of Mustahiq Micro Business In DKI Jakarta. *Journal Of Entrepreneur And Business*,
- Irawati, R. (2012). Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Motivasi. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malang*, 8(Iqtishoduna), 1–21.
- Indarti, S., Indarto, R.E., Pl, R.F., & Ajri, M. (2019). Pengembangan Desa Jomboran sebagai Desa Agrowisata Mandiri Melalui Model Pembanguna Karakter, Model Tetrapreneur, dan Pemetaan Potensi Desa Berbasis Pertanian. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*. <https://doi.org/10.22146/JPKM.30912>
- Jamal, H., & Turasih, T. (2022). Mustahik's Participation Model In The Productive Zakat Fund Distribution Program. *Prosperity: Journal Of Society And Empowerment*.<https://>

- Junedi, & Dwi Arumsari, M. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(2), 175–184. <https://doi.org/10.37366/Master.V1i2.223>
- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 28. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i1.277>
- Kustini, N.I. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, And Brand Trust And Heir Efftect On Loyalty On Honda Motorcycle Product. *Journal Of Economics, Business, And Accountancy | Ventura*, 14.doi.org/10.14414/jebav.v14i1.12
- Labuh Inderayana Eka Sakti, & A'rasy Fahrullah. (2022). Pengelolaan ZIS Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Baznas Kabupaten Jombang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 106–119. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p106-119>
- Naimah, F. M., & Soenjoto, A. R. S. R. (2018). Productive Zakat Distribution Effect On Micro Small And Medium Enterprises Empowerment (Case Study: Baznas Yogyakarta). *Journal Of Islamic Economics And Philanthropy*, 1(3). <https://doi.org/10.21111/Jiep.V1i3.2557>
- Nasori, N., Indrawati, S., Endarko, E., Mashuri, M., Prayitno, G., & Rubiyanto, A. (2022). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Jawa Timur Menuju Sertifikasi Halal Tahun 2024. *SEWAGATI*, 6(1). <https://doi.org/10.12962/J26139960.V6i1.172>
- Nur Aini, & Mundir, A. (2020). Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pelaku UMKM di BAZNAS Kota Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 95–108. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2367>

- Ratnawati, D., & Kuswardani, I. (2007). Kematangan Vokasional dan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *Jurnal Entrepreneurship*, 11(3), 216–223.
- Rika Fatimah P.L., Bambang Widyatmiko. (2022). Transpolitan Tetrapreneur: Innovative Model Of Global Gotong Royong (G2R) Tetrapreneur On Inventing Iconic Transmigration In Indonesiaproceeding International Conference On Empowerment Of Rural Communities [Www.Icerc.Id](http://www.icerc.id) P-ISSN 1964-8068. (2022).
- Rika Fatimah, P. (2019). Mengembangkan Kualitas Usaha Milik Desa (Q-Bumdes) Untuk Melestarikan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Dan Kesejahteraan Adaptif: Perancangan Sistem Kewirausahaan Desa Dengan Menggunakan Model Tetrapreneur. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 122. <https://doi.org/10.22146/Studipemudaugm.39551>
- Rizqy Arif Kurnia, M. A, Pendekatan Manajemen Rantai Pasokan Untuk Pengukuran Dan Pemetaan Rantai Wirausaha (Tetra 1) Pada Global Gotong Royong (G2R) Tetrapreneur Sebagai Usaha Berjamaah, Thesis . Universitas Gadjah Mada.
- Salam, R.A., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*.
- Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store. *Center of Economic Students Journal*. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>
- Shah, I., Rajper, Z.A., Ghumro, I.A., & Mahar, S.W. (2019). Experiential value mediates relationship between Experiential Marketing and Customer Satisfaction. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*. doi:10.30537/sijmb.v5i2.315

- Shah, S. A., Azhar, S. M., & Bhutto, N. A. (2020). Halal Marketing: A Marketing Strategy Perspective. *Journal Of Islamic Marketing*, 11(6), 1641–1655. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0211>
- Siregar, F. A., & Razali, K. (2022). Umkm Participation In Halal Industry: The Legal Framework And Opportunities. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 22(1), 127–138. <https://doi.org/10.22373/jiif.v22i1.10393>
- Sukmaningrum, S., & Rahardjo, M. (2017). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory of Planned Behavior. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(3), halaman 5. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2022). Ekosistem Industri Halal. In Asep, M. I. Sukarna, & H. Harimurti (Eds.), *Proceedings Series On Social Sciences & Humanities* (Vol. 5). <https://doi.org/10.30595/Pssh.V5i.420>
- Woro, W., & Djaka, M. (2019). Striving Backwardness By Undertake G2R Tetrapreneur Model: Lesson Learnt From Student Community Engagement Program. *International Conference On Humanities And Social Sciences 2019*, 2019(November), 438–449.
- Yuan, Y. “., & Wu, C.K. (2008). Relationships Among Experiential Marketing, Experiential Value, and Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32, 387 - 410. doi:10.1177/1096348008317392
- Yuliana, P., & Nasrulloh, N. (2023). Peran dan kontribusi dana zakat sebagai akselerasi penanggulangan kemiskinan masyarakat dhuafa kabupaten Bojonegoro. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(1), 37-52. <https://doi.org/10.36407/serambi.v5i1.876>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*. doi:10.34010/Komputa.V6i2.2476

Website :

"Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?".<https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>, diakses pada 12 oktober 2022.

Indonesia Pertahankan Posisi Keempat dalam SGIE 2022,
<https://www.republika.co.id/berita/r9lzfj457/indonesia-pertahankan-posisi-keempatdalam-sgie-2022>, diakses pada 12 oktober 2022.

Rika Fatimah: Pemberdayaan Bukan Sekadar Memberikan Perintah,
<https://kagama.co/2021/03/11/rika-fatimah-pemberdayaan-bukan-sekadarmemberikanperintah/> diakses pada 30 November 2023

Undang – Undang No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Dana Zakat ,
https://pid.baznas.go.id/download/001_UndangUndang_Nomor_23_Tahun_2011_Tentan_g_Pengelolaan_Zakat_FC.pdf diakses pada 12 oktober 2022

Upaya Pemerintah dalam memajukan UMKM
<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukanumkm-indonesia> diakses pada 12 oktober 2022.

Indonesia Masuk Tiga Besar SGIE Report 2023, BPJPH: Penguatan Ekosistem Halal Makin Menunjukkan Hasil Positif,
<https://bpjph.halal.go.id/detail/indonesia-masuk-tiga-besar-sgie-report-2023-bpjph-penguatan-ekosistem-halal-makin-menunjukkan-hasil-positif>, diakses pada 27 Januari 2025.

Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada Semester I 2024
<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b45dd8e5dd0/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-semester-i-2024> , diakses pada 27 Januari 2024