

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohim D. (2021). *Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM)*. Bandung : Refika Aditama
- Abidin Achmad, Z., et al. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Ahmad Aufar Ribhi. (2023). *Dampak Strategi Pemasaran Digital Terhadap Trend Transaksi Online Melalui Media Sosial Pasca COVID-19 Pada UMKM Di Jepara*. 2(8), 1–23.
- Akifah, A. (2020). Optimalisasi Fungsi Media Sosial Dalam Pengembangan Bisnis Kuliner. *Kinesik*, 7(2), 91–102. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
- Alviayana. (2023). Pengaruh media sosial instagram terhadap pemasaran produk UMKM asli Pacitan. *Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 1–6.
- Assikin, Z., et al. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Pada Pelaku Umkm Di Kel. Pondok Benda Kec. Pamulang Kota Tangerang Selatan. *Dedikasi Pkm*, 3(2), 210. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20186>
- Dewi, R. R., et al. (2022). Pelatihan Meningkatkan Pemahaman Pelaku UMKM Menyusun Laporan Keuangan Sederhana (UMKM Kompeten di Bekasi). *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 1(1), 15–23. <https://doi.org/10.35912/jpe.v1i1.1008>
- Dwijayanti, A., et al. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Febri, F. Y., et al (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Transformasi Dan Inovasi : Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat*, 2(1), 60–72. <https://doi.org/10.26740/jpm.v2n1.p60-72>
- Fronika, W. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang.*, 1–15. <https://osf.io/g8cv2/download>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Hasibuan, F. N., et al (2023). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Roti dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM di UMKM Roti Amah.*
- Kartika Sari, et al (2023). Bekasi City Government's Strategy In Developing Food And Beverage MSMES In The Digital Era Strategi Pemerintah Kota Bekasi Dalam Pengembangan UMKM Makanan Minuman Pada Era Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3603–3612. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kurniawan, F., et al (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @ENOWCUSTOM Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Respati Yogyakarta 2). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27–37. <https://massive.respati.ac.id>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Nasrida, M. F., Pandahang, A., & Febrian, D. (2023). *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya*. 2(1).
- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>

- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136–149. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883>
- Nurussofiah, et al. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *Development : Journal of Community Engagement*, 1(2), 127–143. <https://doi.org/10.46773/djce.v1i2.329>
- Pamungkas, B. A., et al. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Studi pada UMKM Boneky. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.37535/104002120225>
- Pebriyanti, F. E., et al (2023). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan SWOT Pada UMKM Azkia Collection , Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi. 6(2), 704–710.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2, hal. 31.
- Priyo, S., & Sri, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29. <http://52.221.78.156/index.php/linimasa/article/view/2754>
- Puspitasari, S. A., & Kusumawati, R. (2023). Penguatan Strategi Branding UMKM Kue Kering “ Fahmi Jaya Kue ” Endang Wulandari Handriman Jamain. 105–110.
- Putri, A. D., et al. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119–123.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39–51. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.565>
- Redi, P. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran. In *Prenada*

Media Group. www.prenadamedia.com

- Setiani, D. D., et al. (2020). Fintech syariah: manfaat dan problematika penerapan pada UMKM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 75–90.
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 5(2), 61–76. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i2.430>
- Solechan, A., Wijanarko, T., & Budi, A. P. (2023). *Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar*. 9(1), 15–20.
- Suarmaja, Suarmanayasa, I. N., Susila, G. P. A. J., & Atidira, R. (2023). *Word of Mouth Marketing atau Social Media Marketing yang Lebih Efektif dalam Keputusan Memilih Program Studi S1 Manajemen Di Universitas Pendidikan Ganesha*. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 32–37.
- Sulistiyanto, A., Dwinarko, Sjafrizal, T., & Mujab, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Produksi Pertanian. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 01(11), 99–108.
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 279–290. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>
- Wira Perdana, W., et al. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Banjarejo. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(7), 651–663. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i7.3293>
- Yulianingsih, S., et al. (2023). *Manfaat Media Sosial Pada UMKM Apem Singkong Keju Pak Gede*. 1(5), 554–558.