

DAFTAR PUSTAKA

- Abidan Rosyidi, R., Dwi Dito, M., Hakiki, A., Lucky Wibowo, M., Husaini, F., Arie Fianto, B., Semeru No, J., Kencong, K., Jember, K., & Timur, J. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM. *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(3), 113–128. <https://journal.areas.or.id/index.php/SANTRI/article/view/1461>
- Agung Triayudi, Syafrida Hafni Sahir, Mesran, & Suginam. (2023). Pengaruh Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Sekar Handycraft. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137–141. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1350>
- Cici Winarti. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan. *Universitas Tanjungpura*, 195–206.
- Fadhilah, D. A., Pratiwi, Kremes, U., Cibunar, D., Rancakalong, K., Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *XII(1)*, 17–22.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Girsang, N. M., & Riski, W. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM di Sumatera Barat. *Journal of Tourism Sciences, Technology and Industry*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.26887/jtsti.v2i1.3732>
- Melyona Zenia Rabbil, T., Riset, K. M., Luhung -, B., & Sukresna, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM SHIBIRU. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 111–123. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Martini, T. (2020). Kompetensi Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) Kota Bandung dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 17(3), 220–235. <https://doi.org/10.17509/jpp.v17i3.9616>
- Nandhita Ahsanul Hawa, Budi Harto, & Panji Pramuditha. (2023). Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram. *Komversal*, 5(1), 40–51. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1204>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Revita Sari. (2024). Analisis Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok dalam Memasarkan Produk pada UMKM. *Jurnal Manuhara*, 10(2), 88–97. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/784>
- Azmi Fadhilah, D., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>
- Yessa, N., & Wardi, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Keuntungan UMKM di Indonesia: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Komputasi dan Bisnis*, 6(1), 44–55. Tersedia secara daring di: <https://ejournal.jak-stik.ac.id/index.php/komputasi/article/view/3397>
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Universitas Tanjungpura*, 195–206.