

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S. A., & Firdaus, D. (2026). *Peran Content Creator dalam Meningkatkan Jangkauan dan Brand Awareness UMKM Lalapan Kelapa Gading melalui Optimalisasi Media Sosial*.
<https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Adiguna, P., Aisha, N., Herawati, T., Nurrahman, S., Saefullah, A., Puspita Hakim, M., Saputra, R., & Marthin Sitohang, R. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada UMKM Melalui Keterampilan Digital dalam Produksi Pangan. In *JCRE: Journal of Community Research and Engagement* (Vol. 1).
- Adita Widiyanti, M., Maulidia, A., Fee Amanda, A., & Latifah Azahra, V. (2023). Kreativitas Menjadi Pendapatan: Pemanfaatan TikTok Menjadi Media Penghasilan di Era 5.0. In *Jurnal Sinestesia* (Vol. 13, Number 2).
<https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/394>
- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Aisya Siti, M. A. M. R. H. M. A. L. M. I. N. V. S. R. A. A. D. F. (2023). *Pengabdian Masyarakat Pada UMKM Toko Baju Rizky Central Pasar Dalam Mengimplementasikan Teknologi Marketplace Facebook*.
- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Aisyah Setiadji, A., Bintari, S., Nurpatricia Kurniawan, E., & Rachman, T. (2024). *PENGARUH MARKETING 4.0 DENGAN MEDIASI CUSTOMER JOURNEY YANG DIMODERASI OLEH USER INTERFACE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY*. 8(2).
- Ali Abbasi, G., Abdul Rahim, N. F., Wu, H., Iranmanesh, M., & Keong, B. N. C. (2022). Determinants of SME's Social Media Marketing Adoption: Competitive Industry as a Moderator. *SAGE Open*, 12(1).
<https://doi.org/10.1177/21582440211067220>
- Aminah, S., & Utamajaya, J. N. (2023). KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Pengukuran Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner

- Menggunakan Metode End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Media Online*, 3(4), 347–354. <https://djournals.com/klik>
- Ardianto, F., Rimadiaz, S., S. Sadikin, D., Budhijana, R. B., & Azmi, M. F. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Sinergi Praktik Ramah Lingkungan dan Pemasaran Digital pada Usaha Warung Makan Mbokcentil. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(1), 140–151. <https://doi.org/10.35870/jpni.v5i1.623>
- Bilkistiana, Y., Sari, M. S., & Sasongko, I. M. (2021a). *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat> MEMBUAT STRATEGI PROMOSI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG PANJANG DI INSTAGRAM.* <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Bilkistiana, Y., Sari, M. S., & Sasongko, I. M. (2021b). *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat> MEMBUAT STRATEGI PROMOSI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG PANJANG DI INSTAGRAM.* <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Budiarti, R. (2022). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PaDi UMKM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ABSTRAK.* <https://info.padiumkm.id/about>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). *ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK* (Vol. 1). <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Dewi Pitaloka, E., Aprilizdihar, M., & Septiana Dewi, dan. (2021). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN DI ERA DIGITAL. In *Journal of Digital Education, Communication, and Arts Article History* (Vol. 4, Number 2).
- Dharma, B., & Rafiq Efrianda, M. (2023). Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi (JUPEA)*, 3(3).
- Energy, J., Prihatiningsih, T., Suhandini, Y., & Santikai, D. (2023). Terbit online pada laman web jurnal: <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/energy/> Penggunaan System Development Life Cycle (SDLC) Sebagai Sistem Informasi Penjualan Retail Using The Development Life Cycle (SDLC)

- System As A Retail Sales Information System. *Jurnal ENERGY (Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik*, 13(1), 64. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/energy/>
- Feroza C, M. D. (2020). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN* |Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.
- Fitriani, L. D., Hasanah, N., Dewi, U., Hudiwinarsih, G., Riqqoh, A. K., Purnamasari, L., & Soebijanto, A. (2022). PENDAMPINGAN PEMBUATAN DAN IMPLEMENTASI KONTEN SOSIAL MEDIA CAMPAIGN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UMKM. *Agustus*, 6(2). <https://kebab-jepang.business.site>.
- Francis, N., Pritchard, C., Prytherch, Z., & Rutherford, S. (2024). Making teamwork work: enhancing teamwork and assessment in higher education. *FEBS Open Bio* . <https://doi.org/10.1002/2211-5463.13936>
- Haguston, S., & Putri, D. W. (2024). Penggunaan Google Scholar oleh Mahasiswa dalam Mengakses Informasi Edukatif. *Jurnal Riset Public Relations*, 131–136. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5476>
- Hasan, O. I., Wali, L. A., Mutiara, A., & Pabulo, A. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI KELURAHAN REJOWINANGUN MELALUI SOCIAL MEDIA (Studi Kasus : Warung Makan Surya). *Cetak* *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2).
- Husain Al Hidayah, Hasan Muh. Hidayatullah, Anin Asnidar, & Nasir Nasir. (2024). Penggunaan Media Pembelajaran Desain Grafis Melalui Aplikasi Canva. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(2), 97–102. <https://doi.org/10.59031/jkppk.v2i2.335>
- Ira Sukma Panggabean, Nur Hamidah, Aidil Anwar Ritonga, Putri Kemala Dewi Lubis, & Rossy Pratiwy Sihombing. (2024). Analisis Manajemen Risiko Keuangan dan Tenaga Kerja pada UMKM Mie Ayam Mbak Yummi Kota Medan. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 251–270. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.957>
- Junaedi, D., Masruro, U., Laili, R., Putri Rianita, A., & Tamimah, H. (2023). *Peran Media Sosial dalam Mendukung Inovasi dan Digitalisasi UMKM*. <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta>

- Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan, J., Dinamika Bangsa Jambi, U., Fahdillah, Y., Gustiana Pangestu, M., Usmayanti, V., Iaras Sabrina, H., Iffa Lubis, W., Haris Saputra, M., Nanda Utami, F., & Rahayu, N. (2023). *Peran Media Sosial terhadap Kinerja Bisnis Pada UMKM* *fortechcomputer.id*. 2, 2023. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Khoirullah, A., & Cahyani, L. (2021). *Perancangan Konten Marketing Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Tenant di Baros Information, Technology, & Creative Center Working Space Tahun 2024*. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5>
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 2(2), 104. <https://doi.org/10.37535/102004220223>
- Malesev, S., & Cherry, M. (2021). Digital and social media marketing-growing market share for construction smes. *Construction Economics and Building*, 21(1), 65–82. <https://doi.org/10.5130/AJCEB.v21i1.7521>
- Megadita, E. (2021). *analisis integritas loyalitas karyawan terhadap kinerja karyawan pada jungle coffe bar banjarmasin di masa pandemi covid-19*.
- Mitreva, M., Arsova, M., & Apasieva, T. J. (2022). *Digital marketing and the potential for financial growth of small and medium-sized businesses*.
- Mustopa, A., Sa, R., & Dahlia, R. (2024). Optimasi Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Konteks Digital Marketing Pada UMKM Borneo Istimewa. In *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika* (Vol. 3, Number 2).
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*. 4(1), 1–16. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/29/092500765/update-virus-corona-di-dunia-29-maret--662.073-kasus-di-200->
- Ningsiati, W., & Mertha, Y. (2021). Pengenalan dan Pengaplikasian Microsoft Word dan Microsoft PowerPoint di SMA Negeri 1 Praya Tengah. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(1). <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.601>
- Nurhayati Delisa, K. I. S. D. (2023). *Analisis Perilaku Presepsi Hedonis Terhadap Kesuksesan Aplikasi CAPCUT Menggunakan Metode DELONE Dan MCLEAN*.

- Nurkamid, M., Putra, I. L., & Saputra, A. T. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal UMKM Berbahan Limbah Ampas Kopi Aroma Kopi Terapi pada UMKM Pati*. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i2>
- Nurlistiani, R., & Purwati, N. (2022). PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI KETERAMPILAN MERAJUT DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SERTA MARKETPLACE UNTUK PENJUALAN ONLINE. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 2377. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i3.8561>
- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Akbarina, F. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Pramiastuti Octariani, R. D. S. P. N. (2020). *Pengenalan Dan Pelatihan Sitasi Karya Ilmiah Menggunakan Alpikasi Mendeley*.
- pyngkan trisnadita, silvia dwi indriani, A. W. A. M. A. S. A. R. N. U. G. P. A. M. M. R. P. F. M. (2025). *optimalisasi promosi dan pemasaran melalui platfrom tiktok terhadap permintaan produk UMKM tina jaya lamongan*.
- Rahmawati. (2022). *Pengaruh Promosi, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang*.
- Randi Saputra, & Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1292>
- Ranjuswari, A., Maemunah, O., Fawwaz Rizqullah, N., Purnamasari Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa Jl Inspeksi Kalimalang Tegal Danas Arah Deltamas, P., & Pusat, C. (2025). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS UMKM LUCKY HIJAB DI KABUPATEN BEKASI. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 14. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ricky Louis Naibaho, Liston Rivaldo Sitorus, Jan Moris Saragih, Putri Kemala Dewi Lubis, & Rossy Pratiwi Sihombing. (2024). Analisis Resiko Operasional UMKM Pecel Lele dan Ayam Lamongan Kang Adi William Iskandar Medan

Tembung. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 187–197.
<https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3460>

Rosa Aminah Talib, N., & Nilam Sari, M. (2024). ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN BRAND AWARENESS PADA UMKM KOTA TANGERANG SELATAN DI ERA DIGITAL ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF USING SOCIAL MEDIA IN INCREASING BRAND AWARENESS OF UMKM IN SOUTH TANGERANG CITY IN THE DIGITAL ERA. In *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis* (Vol. 2, Number 2).

Roudhoh, S., Halimah, S. N., Nuril, S., Husna, S., Zunaidi, A., Khoiriyati, S., Putri, T. R., Latifah, Y. S., Janah, S., Kediri, I., & Kunci, K. (2023). *Pelatihan Pemberdayaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Alami Telur Asin (ATA)*.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>

RSkawanti, J., Achmad Sungkar, F., & Tinggi Pariwisata Bogor, S. (2023). PENGARUH INSTAGRAM MARKETING DENGAN MODEL AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN DAIJI RAAMEN BOGOR [THE INFLUENCE OF INSTAGRAM MARKETING WITH THE AIDA MODEL ON PURCHASING DECISIONS AT DAIJI RAAMEN BOGOR RESTAURANT]. *Bogor Hospitality Journal*, 7(1).
<http://ojs.stpbogor.ac.id>

Saat Ibnu Waqfin, M., Ramanian Wulandari, S., Mamluatut Tifliya, F., Indrayani, S., Khoirur Roziqin, M., Agama Islam, P., & A Wahab Hasbullah, U. K. (2021). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang* (Vol. 2, Number 3).

Safitra Hidayat, R., Sriyanto, A., Setyarko, Y., Ali Niazi, H., & dan, E. (2024). *Manajemen Pemasaran*.

safitri, indri. (2020). *Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19_Indri Safitri_19804244029_PEU19*.

Salsabila, Z., & Syarif, D. A. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA GOOGLE DRIVE DALAM PENGELOLAAN DOKUMEN ELEKTRONIK KOMISI APARATUR SIPIL NEGARA* (Vol. 20).

Sambodo, B., Pratama, N., Jaya, S., Maisyarah, S., Amelia, S., & Pembangunan Tanjungpinang, S. (2023). PENTINGNYA LAPORAN KEUANGAN PADA UMKM. *Community Development Journal*, 4(2), 4153–4157.

- Saputra, I., Tinus Waruwu, F., & Ramadan Siregar, S. (2024a). Penggunaan Tiktok Ads Manager Sebagai Sarana Promosi Untuk UMKM Khas Aceh (Rumah Cut Nyak Dhien, Aceh Besar). *JURNAL ABDIMAS TGD*, 4(1).
- Saputra, I., Tinus Waruwu, F., & Ramadan Siregar, S. (2024b). Penggunaan Tiktok Ads Manager Sebagai Sarana Promosi Untuk UMKM Khas Aceh (Rumah Cut Nyak Dhien, Aceh Besar). *JURNAL ABDIMAS TGD*, 4(1).
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v0%vi>
- Sari, W. P., & Winduwati, S. (2023). ANALISA MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI PROMOSI PADA PEMENGARUH MAKRO DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 102–113. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22804>
- Schlott, C. K. (2024). Design Thinking and teamwork—measuring impact: a systematic literature review. *Journal of Organization Design*, 13(4), 163–196. <https://doi.org/10.1007/s41469-024-00177-x>
- Setkute, J., & Dibb, S. (2022). “Old boys” club”: Barriers to digital marketing in small B2B firms.” *Industrial Marketing Management*, 102, 266–279. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.01.022>
- Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D., Ampel, S., Yani, S. J. A., Surabaya, J., Timur, I., Achmad, Z. A., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah, A., Syifana, D., & Cahyaningrum, I. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN SIDOKUMPUL, KABUPATEN GRESIK. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.239-263>
- Sulaeman, I., & Maharani, A. (2023). *IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA MANDIRI CAYA RICE BOWL DI JAKARTA SELATAN*. <https://doi.org/10.58738/kendali.v2i1.483>
- Susanto, H., Pujiyanto, P., & Susilo, G. (2022). Perancangan Media Sosial sebagai Upaya Peningkatan Promosi Produk Distro Bujana Malang. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(8), 1173–1188. <https://doi.org/10.17977/um064v2i82022p1173-1188>
- Syah, A. A. (2024). *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*.
- Umarella Tofani, E., Kurniawan, D., & Zuraidah, E. (2024). Penerapan Aplikasi Berbasis Mobile untuk Memudahkan Pemesanan Online Usaha Mikro Kecil

- Menengah (UMKM). *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 7(4).
- Utomo Ichsan Widi, G. V. A. C. Y. (2024). *Analisis Penerapan Model AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) Pada Iklan Susu Ultra Versi Sheila On 7* (Vol. 5, Number 2).
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Virgioni Dwita. (2020). *Analisis Pengaruh Konsep AIDA (Attention, Interest, Action) Terhadap Efektivitas Periklanan; Studi Kasus PT. Tommino Inti Prima Pangkalpinang*.
- Wahyudi, S. T. (2023). *BELAJAR MICROSOFT WORD BAGI PEMULA PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Wida Yustika, Rizky Azura, Fadia Anisa, Enia Fadila Sitakar, M. Arief Rahmadiansyah Purba, & Fitri Hayati. (2025). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran UMKM Produk di Pulo Brayan Bengkulu. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 22–37. <https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.2941>
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., PD, C. N., & Handayani, L. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 141–149. <https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.847>
- Zahrina, N. (2024). *MANAJEMEN PROYEK SISTEM INFORMASI DATA BARANG PADA UMKM WARUNG BERSAMA*.
- Zhilla, M. A., Zebua, P., Hadi, M. K., & Hendayana, A. T. (2024). PELATIHAN PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN PERENCANAAN PRODUKSI DIGITAL MELALUI GOOGLE SPREADSHEET GUNA MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PADA UMKM DI BPR DANA MANDIRI BOGOR. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(2), 844–855. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i2.87>
- Zuhri, A., Muhtadi, A., & Junaedi, L. (2021). Implementasi Metode Prototype dalam Membangun Sistem Informasi Penjualan Online pada Toko Herbal Pahlawan. In *Journal of Advances in Information and Industrial Technology (JAIIT)* (Vol. 3, Number 1).