

## DAFTAR PUSTAKA

Tim Penyusun. 2024. Buku Panduan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat.  
Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6018936/nib-pengertian-dan-cara-daftarnya>

<https://updesa.com/apa-yang-dimaksud-dengan-website-des>

Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1 – 17

Ferrell, O., Hirt, G., & Ferrell, L. (2015). *Digital Marketing and Social Networkin*. In *Business - A Changing World*. New York: Mc. Graw-Hill

Akim, Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2018). PEMAHAMAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI TERHADAP SERTIFIKASI JATINANGOR KEWAJIBAN HALAL PADA PRODUK MAKANAN.

*Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31–49. Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

Taiminen, H. M., & Karjaluo, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651.

Irvan, M. (2015). FASE PENGEMBANGAN KONSEP PRODUK DALAM KEGIATAN PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK. *Faktor Exacta*, 4(3), 261–274.

[https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor\\_Exacta/article/view/55](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/view/55)

Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136. <https://doi.org/10.31294/JABDIMAS.V2I1.4864>