

DAFTAR PUSTAKA

- CNN Indonesia. (2022, 18 Februari). *Baru 8 persen UMKM gunakan platform online*.
- Darmajaya. 2022 *Buku Panduan Penyusunan dan Penulisan Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat*. Bandar Lampung: IIB Darmajaya.
- Hendriadi, S., Sari, N., & Padilah, N. (2019). Digital marketing sebagai strategi pemasaran produk UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 123–130.
- Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). (2021). *Panduan OSS RBA: Sistem Perizinan Berbasis Risiko*. Jakarta: Kementerian Investasi/BKPM..
- Lutfi, A., & Firmansyah, M. A. (2021). Strategi pemasaran produk UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.xxxx/jmp.v8i1.45>
- OSS Indonesia. (2024). *Panduan penggunaan sistem OSS berbasis risiko (OSS RBA)*. <https://oss.go.id>.
- Ramli. (2010). Peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 12(1), 45–55.
- Sari, N., & Prasetyo, D. (2023). Legalitas usaha dan dampaknya terhadap pengembangan UMKM. *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 15(2), 120–135.
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88-100.
- Kotler, P., dan Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran*(ke-15 Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualit*. BPS. (2023). *Statistik UMKM Indonesia*.