

## DAFTAR PUSTAKA

1. Tim Penyusun . (2023). Buku Panduan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
2. Wahyuni, S., Armiani, A., Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). *Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, dan Google My Business terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM*. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(4), 731–745.
3. Haryanti, D., & Subekti, A. (2017). Strategi Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(2), 145–156.
4. Mulyana, A. (2019). Pemanfaatan Media Sosial untuk Peningkatan Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 23–34.
5. Wijaya, A. F. (2020). Peran Digitalisasi dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 12–21.
6. Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(2), 46–53.
7. Hidayat, A., & Purnomo, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 75–84.
8. Ramadhan, I., & Arief, M. (2020). Strategi Content Marketing melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 8(1), 25–34.
9. Sari, N. P., & Putri, A. M. (2021). Dampak Digitalisasi terhadap Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 3(2), 101–112.
10. Rahayu, R., & Day, J. (2017). Determinants of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41.