

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, F., & Arief, M. (2019). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi usaha kecil menengah (UKM). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 7(2), 34–42.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Fitria, A., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh social media marketing terhadap brand equity pada pengguna Instagram di Indonesia. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–12.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pemberdayaan UMKM*. Jakarta: Kemenkop UKM.
<https://kemenkopukm.go.id>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyanto, S. H. (2009). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Menengah (UMKM)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
<https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). *Literasi Digital untuk UMKM*. Jakarta: Kominfo.

Tim PKPM Desa Tanjung Gading. (2025). *Laporan Observasi dan Pelatihan Manajemen Pemasaran pada UMKM*. Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Kalianda.

DARMAJAYA, I. (2023). *Buku Panduan Penyusunan dan Penulisan Laporan Praktik Kerja*.