

## DAFTAR PUSTAKA

- Fildzah, A. N. (2018). *Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise ( Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery )*. 12(April), 101–112.
- Kelurahan, D. I., Sari, M., Sawit, D., & Aditya, S. (2017). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO , KECIL , DAN MENENGAH ( UMKM )*. 1(1), 1–17.
- Matematika, D., Matematika, F., Alam, P., Kaamper, J., Ipb, K., & Bogor, D. (2018). *Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan ( Studi Kasus di Kecamatan Cibinong )*. 13(2), 116–126.
- Permana, D. H., & Cendana, M. (2019). *PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI SUSTAINABILITY BISNIS UMKM 1 Silvester Dian Handy Permana, 2 Maya Cendana*. 7(2), 163–169.
- Rosyadi, N., Praesti, A. D., & Oktavia, N. (2021). *Pengembangan UMKM Melalui Media Promosi Di UMKM Kripik Tempe Ibu Sugiati Desa Bojongnangka*. 1(1), 1–6.
- Trulline, P. (2021). *Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce*. 5(2), 259–279.
- Upaya, D., & Pendapatan, P. (2020). *Pemetaan usaha mikro kecil menengah (umkm) pada masa pandemi covid-19 menggunakan analisis media sosial dalam upaya peningkatan pendapatan*. 9(4), 275–282.
- Wahidin, J. (2018). *UMKM*. 2, 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>