

REFERENCES

- Ali, A. M. (2022). Adoption of Digital Marketing in Educational Institutions: A Critical Literature Review. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*.
- Agustine, A., Hardiyanti, H., Anne, L. I., and Heikal, J. (2023). Analysis of Marketing Segmentation and Its Implementation on 7ps Erha"s Treatment Ultimate Acne Cure Using K-Means Clustering. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(8), 5955-5968.
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- Arimurti, R., Raflah, W. J., and Rambe, A. N. (2023). Determining Factors of Consumer Purchases Decisions in MSME BUMDesa Kuala Alam Bandar Jaya. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 5(2), 105-112. <https://doi.org/10.51178/jecs.v5i2.1605>
- Aritonang, R. D., Nasution, H. P., and Tarigan, J. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sponsor, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Stan Expo Dan Bazar Event Kepri Vacation Expo Pada Pt Cakra Bramastra Internasional. *Prosiding Konferensi Nasional Social and Engineering Polmed (Konsep)*, 3(1), 135-152.
- Asra, Y., Maulana, H. A., and Adam, A. (2023). The Infulence of Online Marketing on Increasing Sales and Brand Awareness of MSME Product. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 3(2)255-258. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v3i2.3791>
- Basompe, I. M., and Nugraeni, N. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Condongcatur. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 1063-1066.
- Devi, N. S. K., Sirajuddin, S., and Supardi, S. (2024). Strategies For Using Digital Media In The Promotion Of Tour Packages In Cv. Coren Lombok Travel. *Juremi: Journal of Economic Research*, 3(6), 941-948.

- Handayani, V. T., Rofii, M. S., and Syahputra, A. R. (2023). MICE dan Non- MICE dalam rangka menetapkan strategi event management. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 127-141.
- Hanes, E. O. N. D., Dekrita, Y. A., and Carcia, M. S. M. (2023). Analisa Perbandingan Neraca Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Di Kopdit Tuke Ler Cabang Hewokloang. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 1(5), 186-197.
- Huda, W. M., Murhadi, M., and Saputro, W. T. (2023). Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Pada Pondok Pesantren. *INTEK: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 6(1), 77-86.
- Hussain, H. N., Alabdullah, T. T. Y., Ries, E., and Jamal, K. A. M. (2023). Implementing Technology for Competitive Advantage in Digital Marketing. *International Journal of Scientific and Management Research*, 6(6), 95-114.
- Juliono, J., Pasya, D. J., Purwanto, P., and Kohar, K. (2023). Analisis Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal BISNIS DAN JASA*, 1(1), 1-18.
- Lam, H. Y., Tang, V., Wu, C. H., and Cho, V. (2024). A multi-criteria intelligence aid approach to selecting strategic key opinion leaders in digital business management. *Journal of Innovation and Knowledge*, 9(3), 100502.
- Lin, H. C., and Bruning, P. F. (2021). Sponsorship in focus: a typology of sponsorship contexts and research agenda. *Marketing Intelligence and Planning*, 39(2), 213-233.
- Lismula, R. J. A. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107-118.
- Primasari, C. H., Hariwibowo, I. N., and Padawangi, T. Q. (2022). Katalog Fisik dan Digital untuk Promosi UMKM di Paroki St. Antonius Kotabaru Yogyakarta. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 3(1), 74-81.
- Sari, R. A., and Rosa, N. T. (2023). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM PADA BUC (BENGKALIS UMKM COMMUNITY). In *Prosiding*

Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) (Vol. 9, No. 2, pp. 102-109). <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/1404>

Muhammad Khabibun Nuzul, *. N. (2022). Desain Sarana Display Dan Penyimpanan Produk Pameran Aksesoris (Studi Kasus: UMKM Aksesoris Di Mojokerto). *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri dan Arsitektur*.

Munawaroh, N. B., Maharani, E. N., Herawati, H., and Arnova, I. (2024). Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Sesuai Standar Akuntansi Keuangan Untuk UMKM.

Nadya Nur Raindra,, Zaenal Wafa. (2023). Pendampingan penulisan laporan keuangan dengan media spreadsheet pada UMKM Sate Ayam dan Kambing Cak Soleh dan UMKM Bakmi Jowo. *Ruang Cendikia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Nufus, H., and Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.

Pertiwi, S. I., and Syah, F. (2023). Analisis Promosi Venue Pameran di Kota Depok Studi Kasus Venue The Margo Hotel. *Bisnis Event*, 4(15), 112-121.

Pranindyastuti, T., and Ni'Mah, F. S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Hp (Studi Kasus: Gajah Mungkur Cell Pangkalan Bun). *Magenta*, 11(2), 103-117.

Rahmawati, I. F., Roswaty, R., and Lazuardi, S. (2024). Pengaruh Strategi Event Marketing, dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Kota Palembang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1266-1278.

Ravi, S., and Rajasekaran, S. R. C. (2023). A perspective of digital marketing in rural areas: A literature review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), e01388-e01388.

Satriaji Vinatra. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*.

- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.
- Sopiyana, M., Budiman, S. A., and Mulyani, N. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi dan Budaya dalam Organisasi terhadap Laporan Keuangan Akuntansi di Era Pandemi Tahun 2021. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi and Bisnis*, 4(1), 77-85.
- Tri Maryani, S. S. (2022). STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN WARUNG MAKAN SATE CEMPE PAK DAR BLOTONGAN SALATIGA. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*.
- Tabuena, A. C., Necio, S. M. L., Macaspac, K. K., Bernardo, M. P. E., Domingo, D. I., and De Leon, P. D. M. (2022). A literature review on digital marketing strategies and its impact on online business sellers during the COVID-19 crisis. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01), 141-153.
- Wijaya, F. J. M. (2022). Profil Atlet Senam Aerobik Umi Sri Haryani Dalam Pencapaian Prestasi. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 5(1), 116-119.
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1).