

REFERENCES

- Alamsyah, A. R., & Hasan, G. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Promotion Mix pada UMKM Berry Catszone Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), 39-46.
- Almadani, S., & Pratama, A. I. (2023, November). Promotion Strategy To Increase Sales In The Palm cake Business In Jangkang Bengkalis, Village. In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* (pp. 519-529).
- Asra, Y., Maulana, H. A., & Adam, A. (2023). The Influence 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.
- Budiyanto, H., Setiawan, A. B., Winansih, E., & BP, M. I. N. (2020). Virtual expo using inflatable stage covers for SMEs as an online exhibition solution during the covid-19 pandemic.
- Cahyono, C.T.N. (2022). Laporan Reportase EBC Expo Malang. (Reportase). Universitas Bina Nusantara, Malang.
- Data Statistik UMKM Indonesia. (2024). Kadin Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- Hariatama, F. (2021). Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Lembaga Pendidikan Prima Mandiri Utama Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 2(1), 1-12.
- Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. . ((2016)). Media visual berbentuk katalog produk sebagai media promosi. *Journal Sensi*, 2(2), 184-197.
- Irawan, B., dkk. (2023). Empowering Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Improve Global Economic Welfare. *Edujavare Publishing*. 1(2), 3025-9576. <https://edujavare.com/index.php/IARE/>
- Mahanani, E., at al. (2022). *Pengantar Bisnis : Suatu Konsep Dan Strategis*. CV.Eureka Media Aksara.
- Maheswari, M., Samal, A., & Bhamoriya, V. (2019). Role of employee relations and HRM in driving commitment to sustainability in MSME firms. *Internasional Journal of Productivity and Performance Management*. 1741-0401. <https://doi.org/10.108/IJPPM-12-2019-0599>

- Muthohir, M. . (2019). Perancangan Media Promosi Produk Unggulan UKM Kendal Berbasis Web dengan Metode R&D. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(2), 13-20.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Pramuki, N.M.W.A., & Ayu, P.C. (2020). Antecedents of the Use of MSME Social Media : In The Perspective of Technology Acceptance Model Theory. *Internasional Jurnal of Contemporary Research and Review*. 11(04), 21776-21786. <https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i04.800>
- Prasetyo, A., Andayani, E., & Sofyan, M. (2020). Pembinaan pelatihan pembukuan laporan keuangan terhadap wajib pajak UMKM di Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 1(1), 34-39.
- Purnaya, G.K. (2016). *Ekonomi dan Bisnis*. CV. Andi Offset
- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. . (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. . *Jurnal Cafetaria*, 4(1), 98- 105.
- Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Journal of Research in interactive Marketing*, 13(2), 179-203.
- Rosyidah, L.N, dkk. (2023). Pendampingan UMKM Batik CV. Wecono Asri dalam Meningkatkan Jumlah Peminat Melalui Pameran di Car Free Day Jl. Dhoho Kota Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Siregar, M. I., Saggaf, A., & Hidayat, M. . (2021). Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Berbasis Microsoft Excel Pada Kerajinan Songket Mayang Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1).
- Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan website sebagai media promosi dan penjualan produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15-21.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Aprilliani, S. (2023). Pelatihan Promosi Penjualan Online Bagi Pedagang Bakso di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor. *Dedikasi PKM*, 4(1), 564951.

- Supadilah. (2022, July 18). Expo. UKM INDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/index.php/baca-deskripsi-posts/expo>
- Widodo, T., Domos, E., & Suharyono, S. (2023, January). Implementation of Business Integration Strategy in the Retail Sector of Grocery Store to Increase Sustainable MSMEs Business Competitiveness through the SRC Business Partnership Network Program during at the Transition Era of the Pandemic to the Endemic of Covid-19 In Bengkalis Sub District. In *Proceedings of the 4th International Conference on Applied Economics and Social Science, ICAESS 2022, 5 October 2022, Batam, Riau Islands, Indonesia*.
- Widodo, T. G., & Donoriyanto, D. S. (2024). Model Pengaruh Harga International Terhadap Penjualan Ekspor Pupuk Urea Pada Pt Xyz Menggunakan Marketing Mix Strategy. *Manufaktur: Publikasi Sub Rumpun Ilmu Keteknikan Industri*, 2(1), 32-45.
- Wikarya, U., Widyasanti, A. A., Revindo, M. D., Siregar, C. H., & Dewi, C. E. (2022). Impact of international sports event on local businesses: Insight from the stallholders and official partners of the 2018 Asian Games. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 15(2), 336-353.
- Wisudawati, T., & Rizalmi, S. R. (2020). Analisis Metode Marketing Mix 7P Sebagai Strategi Pemasaran Produk Daur Ulang. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 1(01), 26-29.
- Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 9(1), 346-354.