

REFERENCES

- Andre, D. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi: Dampaknya Sampai Saat Ini.
- Aprilia, N., et al. (2024). The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Supporting the People's Economy in Indonesia. *International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI)*, 3(2), 368-376.
- Aryawati, N. P. A., Harahap, T. K., Yanti, N. N. S. A., Mahardika, I. M. N. O., Widiniarsih, D. M., Ahmad, M. I. S., ... & Amali, L. M. (2023). Manajemen keuangan. Penerbit Tahta Media.
- Alexander, Y. L. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produk Perusahaan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(2), 629-642.
- Fatma, N., Alimuddin, M., & Latiep, I. F. (2023). Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0. Nas Media Pustaka.
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198-1206.
- Febrianti, A. N. (2024). Analisis Strategi Promosi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Keripik Tempe Bu Damilah Purwokerto Kidul. Kabupaten Banyumas, 4-6.
- Fitz L.R.G., et al (2023). Information, Inspiration, Innovation-Designing an Open Innovation Platform for SME Digital Transformation Projects. *Procedia Computer Science*, 239, 1109-1114.
- Gunawan, H., Noeraini, A. A., Sutandi, S., Kheiline, K., & Davinchi, Y. (2023). Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 246-254.
- Gobal, R., & Allo, Y. T. (2024). Peran usaha mikro kecil menengah (umkm) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Bulletin of Community Engagement*, 4(2), 233-238.
- Jayawardena, N. S., et al. (2024). Integration of technology and marketing activities among service SMEs in emerging economies: A scoping review. *Journal of Global Information Management*, 32(1).
- Kuncoro, I. R. S. (2023). Liputan EBC Expo BINUS Malang.
- Nurfitri, R., & Sudartono, T. (2023). Dampak Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Di Media Sosial Tiktok@ Anaira. *Official. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 2417-2425.

- Putri, R. F., & Latiep, I. F. (2023). Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk. *Journal Of Career Development*, 1(2).
- Salah, O. H., et al. (2023). E-commerce adoption by SMEs and its effect on marketing performance: An extended TOE framework with AI integration, innovation culture, and customer tech-savviness. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(4), 100183.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100-110.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.
- Syafira, D., & Ibrahim, H. (2023). Peran Umkm Dalam Strategi Dan Pemasaran Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2444-2450.
- Winarto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Umkm di Kabupaten Sleman. *Jurnal sosial dan sains*, 3(1), 49-55.
- Yolanda, C. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170-186.