

REFERENCES

- Akbar, F. P., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Umkm Snack Ss Nganjuk. *Desgrafia*, 1(1), 94-106.<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Anisah, A. L., Pradani, T., Yusuf, R., Dianawati, E., Saluby, W. S., Anggraeni, I., ...& Aziz, N. J. A. (2023). Pengantar Bisnis. *EDUPEDIA Publisher*, 1-160.<http://press.eduped.org/index.php/pedia/article/download/7/7>
- 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.<http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/109>
- Buntu, B. (2023). Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Profitabilitas Pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 1-14.<https://doi.org/10.55049/jeb.v15i1.142>
- Aziz, R. A. (2020). E-Book Digital Marketing Content. E-Book Digital Marketing, 14.<https://www.amikomsolo.ac.id/wp>
- Endris, E., & Kassegn, A. (2022). The role of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to the sustainable development of sub-Saharan Africa and its challenges: a systematic review of evidence from Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 20.<https://doi.org/10.1186/s13731-022-00221-8>
- Fahira, D. N., Agustina, E., & Qurhtuby, M. (2021). Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 63-68.<https://doi.org/10.31004/jptam.v5i2.1958>
- Fomum, T. A., & Opperman, P. (2023). Financial inclusion and performance of MSMEs in Eswatini. *International Journal of Social Economics*, (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2020-0689>
- Hesniati, H., & Ellen, E. (2024). Pembuatan Company Profile pada PT Win Keramindo Jaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1414-1425.<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2353>
- Hidayath, A., Razilu, Z., & Saputra, H. N. (2024). Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari: Development of a Video-Based Company Profile as a Promotional Media for Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108-117.<https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979>

- Irman, M., Budiyo, B., & Suwito, S. (2023). Increasing financial inclusion through financial literacy and financial technology On MSMEs. *International Journal Economics Development Research*, 126-141.
- Nursal, F. (2022). Manajemen Pemasaran. Rena Cipta Mandiri.
- Manalu, H. R., Nabiilah, L., Putri, M. S. A., Asmara, V. O. D., & Kandow, F. F. F. (2024). Strategi Lobi Dan Negosiasi Divisi Humas Untuk Mencapai Kesepakatan Dalam Mendapatkan Sponsorship Pada Event Aquatrance 2023. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(3), 95-105. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i3.1065>
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2022). Efektivitas Digital Marketing Sebagai Integrated Marketing Communication Pada Umkm Binaan Pt. Pertamina Hulu Rokan. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 8, No. 2, pp. 146-152). <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/1234>
- Nugraha, R. N., Yudian, R. A., & Fadillah, A. (2023). Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Hunian Kamar di Hotel Reddoorz Dekat Botani Square Mall. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 64-71. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i1.1078>
- Purwanti, L., Effendi, S. A., Ibrahim, M., Cahyadi, R. T., & Prakoso, A. (2024). Prediction and Comparison of Bankruptcy Models in Banking Sector Companies in Indonesia. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(4), 4428-4440. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i4.2224>
- Rosyidiana, R. N., & Narsa, I. M. (2024). Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) during the post-pandemic economic recovery period: digitalization, literation, innovation, and its impact on financial performance. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2342488. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342488>
- Sari, L. I., Fauziah, A. N., & Putri, L. R. N. A. (2022). Fungsi, Tujuan Dan Bentuk-Bentuk Promosi. *Jurnal Dar El-Falah*, 1(2). https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/jurnal_dar-el-falah
- Utomo, M. Z., Marheinis, M. I., & Bagaskara, K. I. A. (2022). Efektivitas Sponsorship Kukubima Ener-G Dalam Sepakbola Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untidar Angkatan 2020. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(7), 2887-2900. <https://doi.org/10.53625/jirk.v2i7.4233>
- Utami, R., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Strategi Promosi dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 97-109. <https://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14405>
- Puspitasari, A. (2022). *Analisis Laporan Keuangan* (No. ekyq9). Center for Open Science.

- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Widodo, T., & Rizqullah, N. F. (2023). The Effect of Social Media Marketing Activity on Consumer's Purchase Intention in Huitsportwear Products Mediated by Customer Trust. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 528-532. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i2.403>
- Zakiyah, E. F., Kasmu, A. B. P., & Nugroho, L. (2022). Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1657-1668. [DOI: 10.31219/osf.io/ekyq9](https://doi.org/10.31219/osf.io/ekyq9)