

DAFTAR PUSTAKA

- Apsari, M. C. A. (2022). Perancangan konten video TikTok untuk meningkatkan brand awareness Nasi Bali Bli Gede (Skripsi S1). Universitas Kristen Satya Wacana.
- Arlingga Wijayanto, M. (2022). Penyusunan laporan keuangan UMKM “Fotokopi Wijaya” berdasarkan SAK EMKM (KTTA Thesis). Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Barza, P., & Sari, N. (2024). Pengaruh pelatihan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai UPT Pelatihan Kehutanan dan Pemberdayaan Masyarakat Provinsi Riau. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(3), 134.
- Fathmah, E. A. (2023). Pemanfaatan content digital sebagai alat marketing pada era industry 4.0 ditinjau dari pemasaran syariah (Studi kasus Dhyhijab Jombang) (Skripsi S1). IAIN Kediri.
- Firmanda, A. F., & Lukiastuti, F. (2021). Analisis peran mediasi kepuasan nasabah pada hubungan digital marketing dan brand loyalty pada Bank Jateng Cabang Wonosobo. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 32.
- Gustiana, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (Suatu kajian literatur review ilmu manajemen sumber daya manusia). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sistem Informasi (JEMSI)*, 3(6), 658.
- Inanna. (2024). Metodologi penelitian: Ragam, instrumen, dan pelaporan. Tahta Media Group.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan digital marketing dalam upaya peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. *Ultizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 214.
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 460.

- Madania, S. P., Purba, P. E. L. G., & Swasti, I. K. (2023). Digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM di Desa Pakel, Kecamatan Bareng, Jombang. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 275.
- Maheswara, M. R. (2023). Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram oleh bidang pendidikan di SMK Wikrama Kota Bogor (D3 Thesis). Politeknik Negeri Jakarta.
- Novia, N. H., et al. (2023). Strategi digital marketing. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Prabowo, R., et al. (2025). Pemanfaatan digital marketing sebagai upaya meningkatkan perkembangan usaha pelaku UMKM di Desa Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. *JIPMAS: Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 170.
- Purnomo, D. (2025). Penerapan sistem program linier metode simpleks untuk menentukan keuntungan maksimal pada tingkat bisnis UMKM Brownies “Kejora Bake House” (Skripsi S1). Universitas Multimedia Nusantara.
- Rasyid, F. (2022). Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif: Teori, metode, dan praktik. IAIN Kediri Press.
- Sutejo, B. (2022). Evaluasi penggunaan platform jual-beli online pada pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) bidang konveksi di saat pandemi Covid-19 di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung (Tesis). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Sutisna, A. (2011). Pelatihan berbasis kinerja: Konsep dan implementasi pada pelatihan guru/tutor. Universitas Negeri Jakarta.
- Sutisna, A. (2012). Pelatihan berbasis kinerja: Konsep implementasi dan implementasi pada pelatihan guru/tutor. Schola Media.
- Tarigan, N. L. L., Radito, T. A., & Purnamawati, A. (2021). Pengaruh pelatihan kerja dan kompetensi terhadap kinerja karyawan. *Optimal: Jurnal Ekonomi*

dan Kewirausahaan, 18(2), 96.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Yaumi, M., & Damopolii, M. (2014). Action research: Teori, model, dan aplikasi. Kencana Prenada Media Group.

Yolandita, V. (2021). Strategi digital marketing dalam membangun brand awareness: Studi kasus pada program promosi PeponiOX (Virtual Tour) oleh Peponi Travel (Skripsi S1). Universitas Multimedia Nusantara.

Yunita, D., et al. (2021). Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di era pandemi Covid-19. Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, 2(2), 92.

