

DAFTAR PUSTAKA

- Alindri, H. F., Taufiqi, M. A., & Astuti, R. (2025). Strategi Pemasaran Online UMKM Menggunakan Whatsapp Business: Studi Kasus Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Literasi Indonesia*, 2(1), 10–18.
- Anita, A., Turyandi, I., Manurung, M. T., Kuncorosidi, K., Adawia, P. R., Lugiani, T., ... & Endriastuty, Y. (2025). *Manajemen UMKM: Transformasi dan Inovasi di Era Digital*.
- Anwar, M. Z. I. (2024). *ANALISIS STRATEGI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA PENINGKATANPENJUALAN PRODUK UMKM DI TOKO KELL FASHION (Doctoral dissertation, S1-Perbankan Syariah)*.
- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 2(1), 19–25.
- Aufat, M. F., Arjunita, S., Efika, N., & Hasni, H. (2025). ANALISIS PENTINGNYA ASPEK HUKUM DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS SEBAGAI JAMINAN KEABSAHAN USAHA. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 2(4), 314–325.
- Farhan, R., Hasbullah, H., Hidayatullah, R., Pangestu, Y., & Suci, R. G. (2024). Strategi Manajemen Menggunakan Analisis SWOT Pada Usaha UMKM (Studi Usaha Angkringan Sedulur). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.47747/jbme.v5i1.1580>
- Faziani, M., & Rohman, A. (2024). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK LEGALITAS HUKUM TERHADAP KEDUDUKAN UMKM. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5).
- Fitriani, R. (2017). Aspek hukum legalitas perusahaan atau badan usaha dalam kegiatan bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136–145.
- Hakim, R. A., & Riofita, H. (2024). Pemanfaatan marketplace Facebook Sebagai Media Pemasaran Online. *Jurnal Strategi Bisnis Dan Keuangan*, 5(4).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, and Society**. Pearson.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110.
- Muchson, M., & MM, S. (2017). *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*. Guepedia.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291–296.
- Musta'in, M. M., Muafiqie, M. S. D. H., Karman, M. S. A., & Kalsum, M. U. (2022). *Ekonomi kreatif berbasis digital dan kemandirian masyarakat era society 5.0*.
- Mustajab, F. G. (2017). *PENGEMBANGAN POLA KEMITRAAN UNTUK MELINDUNGI UMKM DALAM ASEAN ECONOMIC COMMUNITY*.
- Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran media sosial TikTok sebagai platform untuk pengembangan bisnis di era

- digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149.
- Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan Pelayanan Dan Informasi. Ganaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 298–304.
- Sumarsono, T. G. (2021). *Intensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Utami, R., & Fauzi, A. (2023). Strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 90–94.