

## Daftar Pustaka

- Audinovic, V. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129. <https://doi.org/10.33021/exp.v4i2.1592>
- Halim, A. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. 1*
- Indriana, M., Hidayat, D., Maharani, I. F., Rahmasari, G., Everet, M., Rogers, M., & Nurislamiah, K. (2021). *Optimalisasi Komunikasi Terapeutik Paramedis dan Pasien dengan Sistem Protokol Kesehatan Covid - 19 Optimizing Paramedical and Patient Therapeutic Communication with the Covid-19 Health Protocol System verbal tertulis , paramedis menuliskan jenis dengan l.*
- Mujayana, M., & Santoso, R. (2022). Media Komunikasi Pemasaran Digital Marketing Produk Umkm Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(1), 17–30. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.16200>
- Rahadi, D. R., & Wardiman, C. (2022). Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi Covid-19. In *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/10.24014/ekl.v5i1.14713>
- Sholihah, I. (n.d.). *Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo Malang Imamatus Sholihah 1).*

Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>

Sulastrri, -----  
-----Cucu, Yulianita, N., & Elizabeth Ayuna, N. (n.d.). *Pendekatan Studi Kasus pada Startup Unicorn Baru JNT Express melalui akun Instagram @jntexpressjakarta* (Vol. 6).

Trulline. (2021). ecb3ca028882ed030a0fc1ed439bcbd6add4. *Manajemen Komunikasi*, 5 no. 2, 21 <https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/32746/pdf>

Tyoso, J. S. P., & Haryanti, C. S. (2020). Perlukah Mempertahankan Keunggulan Kompetitif oleh UMKM? (Studi Kasus UMKM Semarang). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 123. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.496>

Yuhanda, G. P., & Razak, A. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kerupuk Seblak Kering UMKM Cilaku Cianjur. *Jurnal Komunikasi Universal*, 7(1), 4055. <https://doi.org/10.38204/komversal.v7i1.491>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1.*

Sholihah, I. (n.d.). *Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo*