



DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Pamudji, S. (1985). *Kepemimpinan pemerintahan di Indonesia*. : PT Bina Aksara.

Nicholson, W. (1999). *Teori ekonomi mikro: Prinsip dasar dan perluasan* (Edisi ke-7). Jakarta: Binarupa Aksara.

Wignyosoebroto, S. (2006). *Sosiologi hukum: Pendekatan dan kasus*. Jakarta: Universitas Terbuka Press.

Syafiie, I. K. (2008). *Manajemen pemerintahan*. Jakarta: PT Perca.

Tambunan, T. (2009). *SMEs in Asian developing countries*. London: Palgrave Macmillan.

Subandi. (2014). *Ekonomi pembangunan*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson.

Deiss, R., & Henneberry, R. (2017). *Digital marketing for dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Desmaryani, S. (2018). *Wirausaha dan daya saing*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Kasmir. (2018). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Penguatan strategi pemasaran dan daya saing UMKM berbasis kemitraan desa wisata*. Surabaya: CV Jakad Publishing.

Tambunan, T. T. H. (2019). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.

Sulaiman, S., dkk. (2021). *Pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi*. Tembilahan: UNISI.

Kementerian Koperasi dan UMK Republik Indonesia. (2022). *Profil usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tahun 2021*. Jakarta: Kemenkop UMK.

Siringoringo, H. (2025). *Pemograman linier: Seri teknik operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

B. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN (UU / PP)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP80/2019). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 239, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6434. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.



C. JURNAL ILMIAH

Fibriyani, V., & Mufidah, E. (2018). Pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kota Pasuruan. *Jurnal Prefix-RE*.

Rauf, R., & Syam, A. (2018). Optimalisasi transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia. *Journal of Research in Management*, Vol. 7. No. 1.

Hananto, D., Junior, N. D., Alfiansyah, F., Farelieyano, A., & Darmawan, M. W. (2020). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 6, No 1.

Gustanto, E. S. (2022). Digital marketing dalam perspektif ekonomi Islam: Pendekatan Maqhasid Syariah Index. *Tamaddun Journal of Islamic Studies*. Vol. 1, No 1.

Izaak, W. C., & Denisya, F. (2022). Optimalisasi digital marketing melalui Instagram sebagai strategi pemasaran produk UMKM, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 1, No 2.

Panggabea, S. A. (2022). Digital marketing perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol 1, No 2.

Arlinda, S., & Hendro, J. (2023). Penerapan digital marketing dalam menarik minat beli produk UMKM kecamatan Gerogol Petamburan Jakarta Barat. *Jurnal Ikraith*, Vol 7, No 2.

Rizky, S. D., & Bahiroh, E. (2023). Optimizing digital marketing strategy to increase the competitiveness of



local UMKM in the digital era. *International Journal of Digital Business*, Vol 4, No 1.

Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, Vol 1, No1.

Lubis, P. S. I. (2024). Peran UMKM (usaha mikro dan kecil) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Vol II, No 3.

Saputri, A. M. I., & Fasa, M. I. (2024). Strategi digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, Vol 1 No 5.

Sengge, A., Sudirman, & Umar, W. (2024). Pengawasan dan penegakan hukum e-commerce oleh KPPU dalam mengatasi persaingan usaha tidak sehat. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, Vol 5, No 4.

Arbani, M. (2025). Aspek hukum dalam penjualan di e-commerce: Tantangan dan solusi di era digital. *Jurnal Syntax Admiration*, Vol 6, No 2..

D. SKRIPSI / LAPORAN PENELITIAN

Yuniar, K. A. (2017). Optimalisasi pengelolaan zakat dan efektifitas amil zakat terhadap peningkatan perolehan zakat, infak, sedekah (ZIS) di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tulungagung.



Hafsah, M. J. (2021). Peranan UMKM dalam perekonomian. (Catatan kaki dalam naskah, tidak tersedia publikasi formal).

Asrah, B. (2022). Optimalisasi strategi digital marketing untuk perkembangan usaha menengah dan kecil dan menengah (UMKM) Skripsi). Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Rahma, I. K. N. (2024, September 14). Optimalisasi manajemen operasional: Strategi efisiensi dan keunggulan. FEB Universitas Negeri Surabaya. (Makalah/Artikel tidak diterbitkan).

E. SUMBER INTERNET

<https://bkd.jojaprop.go.id/detail/optimalisasi-pelayanan-publik/295>. Pada hari kamis tanggal 14 Mei 2026.

<https://kbbi.web.id>. Pada hari rabu tanggal 13 Mei 2026.

<http://pengertian.org/pengertian-optimalisasi-menurut-para-ahli.html>. Pada hari rabu tanggal 13 Mei 2026.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan

peraturan yang berlaku di Indonesia.





Lampiran I

Inforaman Penelitian

NO	Nama Usaha	Pemilik Usaha	lama usaha	Media digital
1	Afridah cake sederhana	Afridah	4 tahun	Facebook
2	Putri gallery	Putri	5 tahun	Instagram
3	Sepatu cangtip	M. Alfi Syahriansah	2 tahun	Instagram
4	Dapoer zahra 1	Zahra	6 tahun	Facebook
5	NF printing	Farhan	2 tahun	Instagram, shoppe
6	Junky studio	Faiz Junaidi	3 tahun	Instagram
7	Cafe kita panam	ahmad	2 tahun	Tiktok
8	Bos geprek dira	Dira	3 tahun	Facebook
9	Barakallah flowers. id	Vina anisya	2 tahun	Facebook
10	King juice 88 TBH	Irfan	2 tahun	tiktok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Lampiran II

Pedoman Pertanyaan Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Bisa Ibu/Bapak ceritakan sedikit tentang profil usaha ini? (Nama usaha, bidang usaha (kuliner, perdagangan, jasa), sudah berapa lama berjalan?).
2. Berapa rata-rata omzet penjualan Ibu/Bapak per bulan saat ini? Apakah sudah sesuai dengan target?
3. Apakah Ibu/Bapak memiliki perangkat digital seperti smartphone/laptop dan akses internet di tempat usaha?
4. Apakah Ibu/Bapak pernah mendengar istilah *digital marketing* atau pemasaran digital? Menurut Ibu/Bapak, apa itu pemasaran digital?
5. Apakah Ibu/Bapak mengetahui perbedaan antara memasarkan produk secara konvensional (offline) dengan secara digital (online)? Mana yang menurut Ibu/Bapak lebih mudah?
6. Seberapa sering Ibu/Bapak mengunggah konten promosi (foto, video, status) tentang produk? Dan konten apa yang sesuai untuk memasarkan produk di wilayah ini?
7. Apa saja kesulitan terbesar yang Ibu/Bapak rasakan saat ingin memulai atau menjalankan pemasaran secara digital?
8. Apakah keterbatasan modal (uang) menjadi hambatan untuk beriklan di media sosial atau membeli perangkat pendukung?

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



9. Sejak Ibu/Bapak mencoba pemasaran digital, apakah terjadi perubahan pada jumlah penjualan? Jika ya, apakah meningkat atau menurun?

10. Menurut Ibu/Bapak, bentuk bantuan seperti apa yang paling diperlukan dari pemerintah atau pihak lain agar pemasaran digital bisa lebih optimal? (Misal: pelatihan, bantuan kuota, peralatan, atau modal).

11. Jika ada pelatihan gratis tentang *digital marketing* (membuat konten, beriklan, foto produk), apakah Ibu/Bapak bersedia mengikuti?

12. Hal apa yang paling ingin Ibu/Bapak capai dengan pemasaran digital dalam 1-2 tahun ke depan? (Misal: omzet naik 2x, punya toko online sendiri, atau punya ribuan pengikut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
- Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Lampiran III

Hasil Wawancara

1. Bisa Ibu/Bapak ceritakan sedikit tentang profil usaha ini? (Nama usaha, bidang usaha (kuliner, perdagangan, jasa), sudah berapa lama berjalan?

→ Nama usaha dan bidang usaha yang mereka miliki bermacam-macam sesuai dengan usaha apa yang mereka miliki. Dan untuk bidang sendiri ada 3 macam yang dimiliki oleh para informan yaitu, 5 dari kuliner, 4 dari jasa dan 1 perdagangan. Untuk rata-rata usaha juga beragam ada yang sudah hampir 10 tahun, 7 tahun dan lain-lain. Bahkan ada yang sudah memiliki cabang seperti putriigallery, afridahcake, dan dapoer zahra.

2. Berapa rata-rata omzet penjualan Ibu/Bapak per bulan saat ini? Apakah sudah sesuai dengan target?

→ Rata-rata omzet saat ini sudah mencapai target bahkan bisa lebih “ menurut zahra dan irfan (dapoer zahra & king juicy 88 TBH) namun terkadang penjualan bisa naik turun biasanya mengikuti dengan musim agus (putriigallery) menambahkan.

3. Apakah Ibu/Bapak memiliki perangkat digital seperti smartphone/laptop dan akses internet di tempat usaha?

→ Perangkat digital pada saat ini cukup baik, apalagi pada zaman sekarang semua orang baik yang muda maupun sudah tua sudah menggunakan digital. “Apalagi usaha seperti kami sangat membutuhkan yang namanya akses digital” menurut faiz junaidi (junky studio) dan untuk jaringan diwilayah perkotaan untuk saat ini sudah cukup baik lanjut mereka.



4. Apakah Ibu/Bapak pernah mendengar istilah digital marketing atau pemasaran digital? Menurut Ibu/Bapak, apa itu pemasaran digital?

→ Kebanyakan dari para pelaku UMK sudah mengetahui tentang digital marketing bahkan mereka sudah menggunakan. Mereka juga ada sebagian yang paham bagaimana memasarkan produk yang baik dengan menggunakan digital marketing. “Kami cukup faham dengan digital marketing di karenakan kami sebagai golongan gen-z dan kami hidup di lingkungan ini, jadi kami tidak kesulitan dalam menerapkannya” alfi (sepatucangtip) alfi menambahkan.

5. Apakah Ibu/Bapak mengetahui perbedaan antara memasarkan produk secara konvensional (offline) dengan secara digital (online)? Mana yang menurut Ibu/Bapak lebih mudah?

→ “Kami faham membedakan pemasaran secara konvensional (pamflet, radio, dll) dan secara digital marketing karena usaha kami sudah melewati pada zaman keduanya” ungkap dira (bos geprek dira), tapi untuk yang lebih mudah mereka sepakat bahwa menggunakan digital marketing lebih mudah dikarenakan biaya yang lebih murah yang di keluarkan” vina menambahkan.

6. Seberapa sering Ibu/Bapak mengunggah konten promosi (foto, video, status) tentang produk? Dan konten apa yang sesuai untuk memasarkan produk di wilayah ini?

→ Cukup sering dikarenakan pelanggan terkadang berbeda-beda ada yang sudah mengetahui dan ada juga yang baru mengetahui. Jadi kita harus mengunggah atau mengupload konten sesering mungkin tutur Ahmad dan Irfan. Konten yang mungkin sesuai dilihat dari algoritma



saat ini ialah konten-konten yang lucu dan menarik, apalagi bernuansa daerah.

7. Apa saja kesulitan terbesar yang Ibu/Bapak rasakan saat ingin memulai atau menjalankan pemasaran secara digital?

→ Kesulitan terbesar mungkin dari pengiriman dan pelanggan yang banyak meminta sample kepada kita dikarenakan kita usaha dibidang jasa, “apalagi seperti bouquet bunga kan jadi terkadang barang bisa rusak pada saat pengiriman” ungkap agus. Selain itu, mereka tidak ada mengalami kesulitan-kesulitan sejauh ini.

8. Apakah keterbatasan modal (uang) menjadi hambatan untuk beriklan di media sosial atau membeli perangkat pendukung?

→ Keterbatasan modal sejauh ini tidak menjadi hambatan yang berarti bagi para pelaku UMK, karena untuk alat digital mereka sudah memiliki semua. Dan tidak ada juga biaya-biaya berlebih untuk dikeluarkan karena kita sekalian berjualan pada saat memasarkan produk menggunakan digital marketing, Alfi menambahkan.

9. Sejak Ibu/Bapak mencoba pemasaran digital, apakah terjadi perubahan pada jumlah penjualan? Jika ya, apakah meningkat atau menurun?

→ Perubahan yang terjadi pada penjualan sangat signifikan pada pemilik usaha terutama pada pengingat perjalanan dikarenakan banyak pelanggan yang mengetahui lewat media sosial. “Biasanya orang-orang daerah yang pergi ke kota tidak perlu bingung pergi kemana mereka akan pergi. Karena mereka sebelumnya telah bertanya kepada kami” agus menambahkan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



“Sejak menggunakan media sosial dalam memasarkan produk kami banyak dikenal bahkan orang-orang dari luar kabupaten bahkan provinsi” alfi menambahkan.

10. Menurut Ibu/Bapak, bentuk bantuan seperti apa yang paling diperlukan dari pemerintah atau pihak lain agar pemasaran digital bisa lebih optimal? (Misal: pelatihan, bantuan kuota, peralatan, atau modal).

→ Bantuan yang paling kami harapkan dari pemerintah sekarang ini adalah memfasilitasi kami sebagai para pelaku UMK seperti tempat, modal dll. Apalagi pelatihan karena walaupun kami sudah sedikit faham, kami juga butuh ide dan cara baru untuk memasarkan usaha kami

11. Jika ada pelatihan gratis tentang digital marketing (membuat konten, beriklan, foto produk), apakah Ibu/Bapak bersedia mengikuti?

→ kami sangat mengharapkan apabila ada pelatihan yang diadakan oleh pemerintah dan kami akan sangat antusias untuk mengikutinya apabila pemerintah mengadakan pelatihan tersebut ujar zahra (dapoer zahra).

12. Hal apa yang paling ingin Ibu/Bapak capai dengan pemasaran digital dalam 1-2 tahun ke depan?

→ Para pelaku berharap usaha mereka semakin banyak dikenal oleh orang-orang dan usaha yang mereka jalani sekarang mendapatkan omzet yang lebih baik lagi kedepannya.



Lampiran IV

Dokumentasi



Gambar 1: wawancara dengan
siti (afridah cake sederhana) pada 19 mei 2026



Gambar 2: wawancara dengan farhan
(NF printing) pada 17 mei 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pendidikan atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Dokumentasi



Gambar 3: Wawancara Dengan Karyawan Putri Gallery (Putrii Gallery) Pada 18 Mei 2026



Gambar 4: Wawancara Dengan Alfi (Sepatu Cangtip) Pada 17 Mei 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

Dokumentasi



Gambar 5: Akun Facebook Afridahcake Sederhana



Gambar 6: Akun Instagram barakallahflowers.id

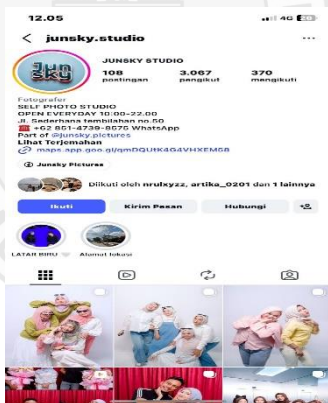


- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Dokumentasi



Gambar 7: Akun Facbook Dapoer Zahra



Gambar 8: Akun Instagram Junky Studio

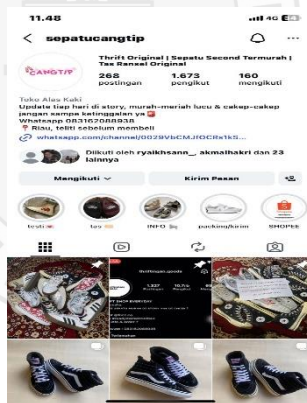


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

Dokumentasi



Gambar 9: Akun Instagram NF Printing



Gambar 10: Akun Instagram Sepatucangtip