

## REFERENCES

- Basu S. dalam Irwan. S. (2014, 246). Pengertian penjualan.
- Efendy S. 2019, strategi pengembangan usaha milik desa oleh Pemerintah desa raja desa kecamatan raja desa Kabupaten ciamis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara volume 6 No 4, Bulan Desember tahun 2019.*
- Fandy T. et al. 2009, Pemasaran startegi, Yogyakarta.  
<http://repository.untag-sby.ac.id/316/3/BAB%202.pdf>
- Kotler dan Armstrong. (2014:248), Pengertian produk,  
<http://repository.unpas.ac.id/32782/3/Bab%202.pdf>.
- Mongid A. 2011, Pengembangan daya saing UMKM di Malaysia dan Singapura: sebuah komparasi, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.15, No.2 Mei 2011, hlm. 243–253
- Prasetyo T. et al. 2018, Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Di Bekasi Utara), Bekasi. *Journal for Business and Entrepreneur ISSN 2501-6682 Vol. 2 No. 1 January – June 2018.*
- Sriyana. 2010, Pengembangan model pelatihan vokalsional untuk meningkatkan kompetensi pengelolaan usaha Mikro dan kecil.
- Solihin I. 2014, Pengantar Bisnis, Bandung.
- Suci R.Y. 2017, Perkembangan UMKM Di Indonesia, Balikpapan. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6 No. 1 Januari 2017.*
- Sugiyono. 2018, Metode Kuantitatif, Kualitatif, Dan R Dan D Penelitian, Alfabeta, Bandung.
- Thamrin A. dan Francis T. (2016,3). Pengertian penjualan.
- Utama D. I. 2019, AnalisisStrategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), Bandung. *EQUILIBRIUM, VOLUME 7, NOMOR 1.*
- Wijaya T. 2017, Exploring the Problems Faced By Practitioners of Micro, Small, and Medium Enterprises (Msmes) In Yogyakarta.*JMK, VOL. 19, NO. 1, MARET 2017, 38–45*

Winarso W. et al. 2018, Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Di Bekasi Utara), Bekasi. *Journal for Business and Entrepreneur* ISSN 2501-6682 Vol. 2 No. 1 January – June 2018.

