

REFERENCES

- Adam, A., Mas'ud, H., & Kamila, A. (2022). Daya Terima Serta Analisis Zat Besi dan Protein Bakpao Substitusi Tepung Kerang Lokal (*Pilsbryoconchexilis*) Denganisian Pasta Kacang Merah (*phaseolus vulgaris*L). *Media Gizi Pangan*, 2(9) 33.
- Aini, A. N., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Event, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung (Studi Empiris Pada Sunday Market Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 5.
- Alfarisyi, M. F., & Harahap, M. I. (2023). Implementasi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 234-245.
- Annisa, A. M., Amir, A. M., Irma. (2023). Implementasi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 234-245.
- Aritonang, R.D., Nasution, H.P., Tarigan, J.S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sponsor, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Stan Expo Dan Bazar Event Kepri Vacation Expo Pada Pt Cakra Bramastra Internasional. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1) 135-152.
- Asra, Y., Maulana, H. A., & Adam, A. (2023). The Infulence of Online Marketing on Increasing Sales and Brand Awareness of MSME Product. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 3(2), 255-258. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v3i2>
- Basompe, I. M., & Nugraeni, N. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Condongcatur. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 1063-1066.
- Budiarti, R., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 01-14.

- Cahyadi, R. T., Lembut, P. I., Oktariani, F., & Pratama, B. B. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Gedhang Nugget Malang. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 4(2) 69-78.
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2022). Sponsorship image and value creation in E-sports. *Journal of Business Research*, 145, 198-209.
- Dewi, D. H., Setyawati, I., Karyatun, S., Setiawan, A. R., Hardianto, M. N., & Zulfikar, A. (2023). Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan UMKM Desa Kalikidang Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 1-9.
- Fadilah, A., & Maulana, H. A. (2024). The Effect of Promotion and Store Atmosphere on Impulse Buying with Shopping Emotion as an Intervening Variable (Empirical Study of Mall Ska Pekanbaru Visitors). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 4(1), 47-57. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v4i1>
- Hamzah, F., & Nasution, N. H. (2024). Peran Kanal Youtube Sumeks Minggu Dalam Menyajikan Informasi Sosial Budaya Di Ogan Komering Ilir. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(4), 563-571.
- Henisa, P., & Samosir, H. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Katalog Barang pada PDAM Tirta Prabujaya Kota Prabumulih Berbasis Web. *Indonesian Journal of Information Technology and Computer Science*, 2(01) 136-141.
- Herawaty, V., Oktaviani, A. A., Tarigan, J. S., & Kushariani, A. (2023). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Neraca bagi UMKM DUIT. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 2(1), 21-28.
- Hidayatullah, A. K., & Wahono, H. T. T. (2023). Pengiran Katalog Produk dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Oriflame. *MARGIN ECO*, 7(1), 30-44.
- Huda, M., & Trisninawati, T. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Promosi Produk Di Pt. Pusri Palembang. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 13-26.
- Ijomah, T. I., Idemudia, C., Eyo-Udo, N. L., & Anjorin, K. F. (2024). Innovative digital marketing strategies for SMEs: Driving competitive advantage and sustainable growth. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(7), 2173-2188.

- Kahar, N., Puspitorini, S., & Iswandi, A. B. (2023). Penerapan Ui/Ux Sistem Informasi Sponsorship Event Pt Indosat Ooredoo Dengan Metode Design Thinking. *Jurnal Akademika*, 16(1), 81-87.
- Khoerunnisa, T. K., Dasir, D., & Triansyah, T. (2022). Chemical And Physical Analysis With a Combination of Purple Sweet Farm (*Ipomea batatas* L) and Wheat Flour in Bakpao Production. *Edible: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Teknologi Pangan*, 11(2), 14-22.
- Lam, H. Y., Tang, V., Wu, C. H., & Cho, V. (2024). A multi-criteria intelligence aid approach to selecting strategic key opinion leaders in digital business management. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(3), 100502.
- Livvy, L., Lenny, S., Fransches., Vincent., Leonardi., Luung, F., Effendy, D. (2023). Optimalisasi Keuntungan Bakpao Menggunakan Pemrograman Linear Metode Simpleks Dan Software POM-QM. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 4(2) 89-99.
- Magdalena, M., Zusmawati, Z., & Fernos, J. (2023). Pelatihan Peningkatan Keterampilan Pembuatan Profil Kewirausahaan Siswa Siswi Sma 2 Vii Koto Sungai Saria Padang Pariaman. *JPKBP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Mishra, S.K., & Kushwaha, H. (2023). Managing litigation risk through business legal expense insurance: Facilitators and inhibitors for MSMEs. *IIMB Management Review*, 35(1) 57-70.
- Muhammad Khabibun Nuzul. (2022). Desain Sarana Display Dan Penyimpanan Produk Pameran Aksesoris . *Desain Produk Industri dan Arsitektur*.
- Naenara, S. A., & Kusuma, Y. B. (2024). Pelaksanaan Event Sponsorship Sebagai Implementasi Komunikasi Pemasaran Produk By. U Oleh Telkomsel Branch Surabaya. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(1), 147-154.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(1), 2022, 21-34.
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Husaeni, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Mendukung Bauran Promosi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(2) 123-132.
- Nurhayati, E. (2022). Event Property Expo Produk Pembiayaan KPR BNI IB Griya Hasanah. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4) 4444-4455.

- Nurliyah, E. S. (2023). Analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. *Ikraith-Ekonomika*, 6(3), 401-409.
- Pahlevi, N. H., Nugroho, W. A., Pratiwi, D. R., & Hanif, M. (2024). Penerapan Manajemen Kinerja Pada Sektor Non Publik. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(06), 1269-1278.
- Pertiwi, S. I., & Syah, F. (2023). Analisis Promosi Venue Pameran di Kota Depok Studi Kasus Venue The Margo Hotel. *Bisnis Event*, 4(15) 112-121.
- Purbowo, D. R. A., & Wijaya, F. J. M. (2022). Profil Atlet Senam Aerobik Umi Sri Haryani Dalam Pencapaian Prestasi. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 1(1) 116-119.
- Putri, N. A., Hermanto, F., Irianna, O., Dewangga, P. A., Prasetya, H., & Nisa, N. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Katalog IPS berbasis Potensi Lokal di Kabupaten Semarang. Harmony. *Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN*, 8(2) 112-122.
- Qurani, B., Haerani, H., Ridwan, W., Gawarti, G., & Muliani, M. (2024). Pelatihan Pembuatan Bakpao dengan Teknik Autolisis. *Jurnal Edukasi dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 66-74.
- Raindra1, N. N. (2023). Pendampingan penulisan laporan keuangan dengan media spreadsheet . *Ruang Cendikia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Ramadhani, F., & Syah, F. (2024). The Role of Public Relations in Organizing a Webinar: Effectiveness of Workflow in a Seemore Event Organizer: Peranan Public Relation Dalam Penyelenggaraan Webinar: Efektifitas Alur Kerja Pada Seemore Event Organizer. *Bisnis Event*, 5(18) 40-47.
- Rokhmat, K., & Iskandar, K. (2024). Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Bisnis dan UMKM di Desa Cigadung. *DEVOZIONE: Jurnal Pengabdian Multidisiplin Mahasiswa*, 1(1), 42-48.
- Rosa, N. T., Sari, R. A., & Domos, E. (2023). Pelatihan Photography dan Editing dengan menggunakan Smartphone untuk Meningkatkan Promosi serta Visual Branding pada UMKM Kelurahan Kota Bengkalis. *Tanjak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1) 115-121.
- Safitri, P. N., Wati, H., Hasibuan, L. F. A., Sihotang, I. C., & Saputra, H. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Syaqla Flower. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(3) 125-131.

- Saputra, O., & Jupriani, J. (2024). Video Promosi Ekowisata Kecamatan Kapur IX Kabupaten 50 Kota. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 3(1), 184-203.
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69-75.
- Septrizarty, R., Kahar, A., Angraini, N., & Asrilisyak, S. (2023). Linkage of Customer Stewardship and Business Continuity in SME's Post Pandemic using Marketing Mix 7P's Analysis: Case Study of An Optical in Padang, Indonesia. *Adabi. Journal of Public Administration and Business*, 10(2) 32-40.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Sipayung, B. (2023). Pengaruh Manajemen Keuangan, Manajemen Risiko, Tata Kelola Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan di PT. XYZ. *Sanskara Akuntansi dan Keuangan*, 1(03) 135-162 .
- Supriyanto, A., Permatasari, R. D., Prihastuti, A. H., Saputra, T., & Bora, M. A. (2023). Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), 267-286.
- Syafira, D., & Akbar, D. (2023). Penggunaan Digital Advertising Dalam Promosi Championship Event Oleh Myedusolve. *Business Event*, 4(13) 1-9.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 191) 43-57.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Widodo, T. G., & Donoriyanto, D. S. (2024). Model Pengaruh Harga International Terhadap Penjualan Ekspor Pupuk Urea Pada Pt Xyz Menggunakan Marketing Mix Strategy. *Manufaktur: Publikasi Sub Rumpun Ilmu Keteknikan Industri*, 2(1), 32-45.
- Yasotha, Y., Lumbantungkup, R., Siregar, M., Indriati, A., Azhari, Z., & Busra, A. D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Ox Coffee Medan. *JMSH: Jurnal Multidisiplin Sosial Dan Humaniora*, 1(1).

- Yetty, Y., Senuk, A., & Pratama, R. (2022). Strategi Digitalisasi UMKM Kota Ternate dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(6), 1815-1822.
- Yuwono, T., Tajudin, T., Triwibowo, R. N., Sefiani, H. N., & Anggaraksa, W. (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Pendampingan Legalitas Untuk Mengembangkan Usaha UMKM Entrepreneur Expo UNAIC. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 6(1), 36-42.
- Zalida, Z., & Raflah, W. J. R. (2023, November). Marketing Mix of Jamu Kunyit Asam Mbatur. In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* (pp. 584-592). <https://eprosiding.snit-polbeng.org/index.php/snit/article/view/445>.