

REFERENCES

- Abadi, R. R., Haeruddin, M. I. M., Mustafa, M. Y., Data, M. U., & Nurjannah, N. (2024). Kajian Literatur: Strategi Personal Selling Melalui Relationship Marketing Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis, Manajemen, dan Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1–7.
- Adila, W., & Subari, S. (2024). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA LK (PESAT)*, 3(1), 162–166.
- Amelia, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 331–343.
- Andika, E. B., Ratih, N. R., & Kusumaningarti, M. (2024). Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Terhadap Laporan Keuangan Pada BUM Desa Mitra Sejati Desa Sukorejo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 139–148.
- Andika, R. (2023). Peran Manajemen Keuangan dalam Pengembangan Usaha. *Jurnal Az Zahra: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 121–130.
- Anam, A. K., Darmawan, M. A., Yin, H. X., & Aribowo, H. (2023). Analysis of Human Competence Influence, Entrepreneurial Characteristics, Information Technology, Management Accounting System, and Environmental Uncertainty on the Performance of MSMEs in Pasuruan City, Indonesia. *Open Journal of Business and Management*, 12(1), 726–747.
- Apriani, W., Ria, S., & Irawati, D. O. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Yummy Choice Fried Chicken di Indomaret Rest Area KM 21 B–2 Jagorawi Bogor. *Jurismata*, 5(2), 217–228.
- Astriditia, O., & Nugroho, A. D. (2024). Analisis Penerapan Pembayaran Digital QRIS Dalam Kemudahan UMKM Di Kota Surabaya. *Musytari*, 6(4), 41–50.
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan UMKM. *Jurnal SOMASI*, 3(1),

100–108.

- Chundu, M., Chigombe, P., & Mucheri, T. (2022). Extent of Social Media Marketing Use by MSMEs in the Construction Industry in Harare. *American Journal of Industrial and Business Management*, 12(7), 1185–1203.
- Daeli, A., Hutauruk, R. A., Rifai, M. B., & Silaen, K. (2024). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Penilai Kinerja Manajemen. *PPIMAN*, 2(3), 158–168.
- Dharma, B., Ramadhani, Y., & Reitandi, R. (2024). Pentingnya Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Suatu Perusahaan. *El-Mujtama*, 4(1), 137–143.
- Dharma, D. A., Djunaidy, D., Damayanty, P., Sitianingsih, M., Putri, S. R., & Solehudin, T. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM di Kecamatan Tapos Kota Depok. *ABDI MOESTOPO*, 6(2), 216–223.
- Dwiputra, R., & Barus, L. S. (2022). Peran UMKM dalam Pemulihan Ekonomi Masyarakat Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 18(1), 26–34.
- Elfa, Y., Febriyana, A. N., Pratama, F. P., Rahmania, H., Prayuda, R., & Nabila, Z. (2024). Menciptakan Strategi Inovatif dan Kreatif bagi UMKM. *Digibe*, 2(1), 27–33.
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan Metode Pembayaran QRIS pada Setiap UMKM di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198–1206.
- Hamidah, D., Purba, S., & Rangkuti, I. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Serunai*, 9(1), 77–87.
- Jannah, E. M., Adistia, E., & Renfiana, L. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 117–131.
- Maurina, A. C., & Rusdianto, R. Y. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 70–76.

- Mubarok, H. K., Rifai, M., & Rahman, R. (2023). Peranan Penting UMKM untuk Menopang Stabilitas Keuangan. *PROMOSI*, 11(2), 133–144.
- Nufer, G. (2024). Sponsorship of the 2024 European Soccer Championship in Germany. *Open Journal of Business and Management*, 12(1), 275–292.
- Otitoju, M. A., Safugha, G. F., Vincent, E. O., & Chukwu, C. M. (2023). Review of the Naira Redesign and Its Effect on MSMEs. *Advances in Applied Sociology*, 13(9), 662–673.
- Peng, C. (2023). Influencer Marketing: Statistics and Skepticism. *Open Journal of Business and Management*, 11(2), 744–754.
- Rahastine, M. P. (2022). Analisa Peranan Public Relation dalam Pembuatan Company Profile. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 47–53.
- Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Keterampilan Foto dan Video Sebagai Peningkatan Branding Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 152–158.
- Riska, E., & Nurlaila, L. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jebiman*, 2(1), 1–10.
- Rozi, F., & Julijanti, D. M. (2024). Branding and Feasibility Study Car Free Day. *Kabillah*, 9(1), 390–402.
- Salim, R. R., Mulia, E. M., & Sibarani, P. H. P. (2023). Perancangan Nasional Expo dengan Pendekatan Arsitektur Hijau. *Jurnal Ruang Luar dan Dalam*, 5(1), 65–77.
- Syahri, A., & Rizal, T. (2023). Pengaruh Iklan dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Visi Manajemen*, 9(1), 71–87.
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2022). Analisis Bauran Pemasaran. *Productivity*, 3(3), 279–285.
- Utama, A. P., Chan, S., Karyatun, S., & Lestari, R. (2024). Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Mandalika Journal of Community Services*, 1(2), 52–60.

- Wardhana, M. A., Maryatin, M., & Prihantono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Waktu Tunggu. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, 4(1), 16–21.
- Yao, L. (2024). How Does Sustainable Digital Marketing Affect Consumer Behavior?. *American Journal of Industrial and Business Management*, 14(3), 261–282.
- Yehia, E. F. (2024). Riyadh's Renaissance: Expo 2030. *Open Journal of Business and Management*, 12(3), 1516–1535.
- Yudiawan, M. Y., & Asmanih, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik dan Promosi. *Eqien*, 11(3), 815–823.