

REFERENCES

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Anggraini, K. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Penyelenggaraan Event Dan Festival Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1), 27-35.
- Ariani, F. A. Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Kepuasan Nasabah Atas Pelayanan Pada Lembaga Keuangan Syariah.
- Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 6(2), 130-145.
- Asofa, E. D., & Sholihah, D. D. (2024). Implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 42-48.
- Azizah, F. (2022). Analisis laporan keuangan.
- Bagaria, MD, Kulshrestha, S., Srivastava, G., Garg, A., & Chandra, U. (2024). Menganalisis strategi pemasaran transformatif untuk memberdayakan pencapaian penjualan perusahaan. *Tinjauan Multidisiplin*.
- Cahya, A. D., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Promosi, Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5667-5677.
- Chen, M., & Gunawan, A. (2023). Menelisik Minat UMKM Menerapkan Pembukuan Menggunakan Theory Of Planned Behavior. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3117-3127.
- Fadillah, P. N. N., & Gaffar, M. R. (2023). Perancangan Dan Pembuatan Company Profile Berbasis Website Menggunakan Cms Wordpress Pada Kafe Kajian Korean Street Food Di Garut. *Applied Business and Administration Journal*, 2(1).
- Fitaningrum, Y. N., Sabela, N. Y., Mariolah, M. S., Kusmawati, D. F., Rahmawati, A., & Anggraeni, N. D. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Dan

Gaya Penulisan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan: Implikasi Terhadap Penilaian Kinerja Keuangan. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3), 11-11.

- Indra. (2022). Kemajuan UMKM Perwujudan Kemajuan Perekonomian Daerah. Retrieved from [prokopim.bengkaliskab.go.id:https://prokopim.bengkaliskab.go.id/web/detailberita/13517/kemajuan-umkm-perwujudan-kemajuan-perekonomian-daerah](https://prokopim.bengkaliskab.go.id/web/detailberita/13517/kemajuan-umkm-perwujudan-kemajuan-perekonomian-daerah)
- Jehaman, T. A., & Candra, Y. T. A. (2023). Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan Pada Umkm Toko Sayur Barokah Dan Toko Sembako Ibu Lily. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 10632-10637.
- Lestari, D., & Maulina, M. (2024). Implementasi Pencatatan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah: Studi pada Toko Kelontong di Kecamatan Panjang. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 1-7.
- Maulana, M. I. (2024). Bauran Promosi Rumah Sakit Umum Daerah Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Lestari Sosial Budaya*, 2(2), 62-67.
- Mego, K. J., & Facrureza, D. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Mix 7P terhadap Tingkat Penjualan di Mini Kopi Green Ville. *MES Management Journal*, 3(2), 385-404.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*.
- Octaviani, R., & Jaya, B. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Bagi UMKM di Kabupaten Tulang Bawang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 4(2), 10-10.
- Pandey, P., Kumari, M., Ganie, JA, & Student, Y. (2024). Dampak Pemasaran Digital terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Jurnal Internasional untuk Perspektif Penelitian Multidimensi*.
- Pidu, Y. M., Gerungan, R. A., Anita, A. S., & Irawan, W. (2022). Media Sosial Untuk Menunjang Kegiatan Digital Marketing Umkm. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka* (Vol. 2, pp. 345-356).
- Putri, R. A., & Riofita, H. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Inspirasi Edukatif: Jurnal Pembelajaran Aktif*, 5(4).
- Rahmatunnisa, NF, & Muhiban, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UMKM Bumi

- Rempah Padalarang, Kabupaten Bandung Barat). *International Journal of Integrative Sciences*.
- Riski, M. I., Wijaya, E., & Zoniarti, Z. (2024). Marketing Strategy For Flower Board Rental Business At Galeri Asiah Florist Manna, South Bengkulu Regency. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 31-44.
- Safitri, C. (2024). Analisis Wirausaha Di Kalangan Anak Muda Melalui Program Wirausaha Merdeka (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Saleh, I., Wardana, A., & Mariyati, L. (2023). Persepsi masyarakat terhadap penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS). *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, 9(1), 42-56.
- Saputra, R. A., & Rohman, A. (2024). S Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pengembangan UMKM “Dodolanku Surabaya”: Analisis Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 53-59.
- Sari, P. R., & Rosa, N. T. (2024). The influence of halal certification of MSMEs on purchase decision and customer loyalty in Bengkalis. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(1), 29–33. Politeknik Negeri Bengkalis. Terindeks SINTA 5. <https://www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBIMK>
- Syamsidar, S., NST, E. S., Lastri, S., & Tuwisna, T. (2023). Simple Bookkeeping Training and Halal Certification Management For SMEs in Gampong Lampulo, Kuta Alam Subdistrict, Banda Aceh. *Abdimu: Jurnal Pengabdian Muhammadiyah*, 3(2).
- Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran yang Memoderasi Daya Beli Konsumen pada UMKM Minuman Boba di Deli Serdang. *Jurnal Internasional Sains, Teknologi, dan Manajemen*.
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183-195.
- Wibasuri, A., Tamara, T., & Sukma, Y. A. (2020, Oktober). Measurement social media marketing dan sertifikasi halal terhadap minat beli produk makanan pada aplikasi belanja online Shopee. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, hlm. 68–78). Terindeks Garuda.
- Wende, M. E., & As’ari, H. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana UMKM. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 129-132.