

REFERENCES

- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102-115.
- Aprilianti, D., Huda, S., & Utami, A. F. (2023). Menggali Potensi Lokal Dengan Pengembangan UMKM Dan Peluang Desa Wisata Melalui KKN Tematik Di Desa Carangwulung, Wonosalam, Jombang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(4), 50-57.
- Asfahani, A., Pasaribu, A. A., & Suwarna, A. I. (2023). Pendampingan UMKM melalui Penyediaan Lapak dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 31-41.
- Aulia, N. N. (2022). Analisis Peran Liaison Officer Pada Acara Webinar Literasi Digital Jawa Tengah Dan Diy 2021 Pada Pt Debindo Multi Adhiswasti (Doctoral Dissertation, Poltekpar Nhi Bandung).
- Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2021). Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *Community Empowerment*, 6(1), 64-70.
- Fauzy, A. R. (2022). Analisis Cash Flow PT Erajaya Swasembada Tbk. Sebelum dan Semasa Pandemi COVID-19 (Doctoral dissertation, Politeknik Keuangan Negara STAN).
- Fitriyah, Intan Rohmatul, et al. "Analisis Profil, Kendala, Dan Strategi Pengembangan UMKM: Studi Kasus UMKM Di Kabupaten Sampang Madura." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7.2 (2024): 2920-2930.
- Hidayat, P., & Sari, R. L. (2022). Linkage between financial inclusion and Indonesian welfare: a recent evidence. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2108299.
- Harinie, L. T., & SE, M. (2023). Perencanaan Strategi Bisnis. Pengantar Manajemen Pemasaran, 39.
- Hwihanus, H., & Ratnawati, T. (2024). Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) dalam Mendorong Umkm Go Digital. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(5), 1-10.
- 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.

Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(01), 1-10.

Maharani, P. A. (2022). Pentingnya Pameran bagi Pelaku Bisnis <https://doi.org/10.31219/osf.io/nstx5>

Nida, D. R. P. P. N., Adyatma, I. W. C., & Edwindra, R. (2024). MSMEs Bookkeeping Capabilities for Accounting Information Transparency. *International Journal of Current Science Research and Review*, 7(09). Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L. A., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM. *Consep: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159-164.

Nurjanah, N., Sutrisno, S., & Meiriyanti, R. (2023). Pengaruh Motivasi, Inovasi, Dan Kompetensi Terhadap Keberhasilan UMKM Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 143-152.

Oliviana, N., & Pandin, M. Y. R. (2023). Analisis Financial Distress Dengan Menggunakan Metode Altmn Z-Score Dan Springate S-Score Pada Perusahaan Sub Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2021. *Journal of Student Research*, 1(2), 334-346.

Oktaviani, A., & Herawaty, V. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Wirausaha UMKM di Tegal Alur, Jakarta Barat. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 13-21.

Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194-208.

Sari, Fifian Permata, et al. Strategi dan Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Sudirman, A., Ratih, S. D., Manggabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., ... & Utami, M. M. (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer.

Suwandi, H. A., & Sudjanarti, D. (2024). Pembuatan Katalog Produk Menggunakan Canva Sebagai Media Promosi Pada Warkop R. Basman Malang. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(1), 28-36.

- Syukron, Syukron, et al. "Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM." *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3.2 (2022): 159-164.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306-314.
- Winasis, C. L. R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Yanez, M. (2023). *Reportase Entrepreneurship-Business Creation Expo Malang* (No. scfwr). Center for Open Science.
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.