

REFERENCES

- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 2(2), 292-306. <https://doi.org/10.12345/jurnal.akuntansi.v2i2.4567>
- Bayarind. (n.d.). *10 jenis video marketing yang efektif untuk meningkatkan bisnis Anda*. Retrieved January 4, 2025, from <https://pgbayarind.id/Blog/10-Jenis-Video-Marketing-yang-Efektif-untuk-Meningkatkan-Bisnis-Anda>
- Benahi Bisnis. (2024). *Konsultan bisnis: Meningkatkan kinerja perusahaan melalui strategi yang tepat*. Retrieved January 4, 2025, from <https://benahibisnis.com/artikel/konsultan-meningkatkan-kinerja-perusahaan/>
- Bizhare. (2023). *Peran konsultan bisnis dalam membantu perusahaan mencapai pertumbuhan berkelanjutan*. Retrieved January 4, 2025, from <https://www.bizhare.id/media/bisnis/peran-konsultan-bisnis>
- Daya.id. (n.d.). *Video marketing: Apakah efektif menaikkan penjualan?*. Retrieved January 4, 2025, from <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/video-marketing-apakah-efektif-menaikkan-penjualan->
- Digima. (n.d.). *Event marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM*. Retrieved January 6, 2025, from <https://digima.co.id/event-marketing-untuk-meningkatkan-penjualan-umkm/>
- EKU Blog. (n.d.). *Manajemen keuangan dalam bisnis: Pengertian, tujuan, dan strategi efektif*. Retrieved January 4, 2025, from <https://blog.eku.id/manajemen-keuangan-dalam-bisnis-pengertian-tujuan-dan-strategi-efektif/>
- Fujicon Japan. (n.d.). *QRIS mempercepat digitalisasi UMKM*. Retrieved January 4, 2025, from <https://www.fujicon-japan.com/id/blog/info-teknologi-16/qrismempercepat-digitalisasi-umkm-26>
- Gramedia Literasi. (n.d.). *Company profile adalah: Pengertian, fungsi, dan contohnya*. Retrieved January 4, 2025, from <https://www.gramedia.com/literasi/company-profile-adalah/>
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53-62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Idebiz. (2024). *Peran penting Liaison Officer dalam proyek konstruksi*. Retrieved

January 4, 2025, from <https://idebiz.id/peran-penting-liaison-officer-dalam-proyek-konstruksi/>

Indra, D. P., Ramadhan, Y., & Ruswanti, E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh pemasaran relasional dan kepuasan pasien. *Jurnal Health Sains*, 3(2), 200-212. <https://doi.org/10.46799/jhs.v3i2.418>

Iskandarsyah, Halim, H., Faisal, Darwanis, Murkhana, Yakob, N. A., Majid, M. S. A., Dawood, T. C., Adam, M., Amri, Indriani, M., & Riyaldi, M. H. (2023). *Training and International Exhibitions: Building the Competitiveness of MSMEs through Increasing Productivity*. *International Journal of Community Service (IJCS)*, 2(2), 150-159.

JNEWS Online. (n.d.). *Apa itu expo?*. Retrieved January 6, 2025, from <https://jnewsonline.com/apa-itu-expo/>

J-PAL. (2024, June 20). *Can product curation overcome challenges to MSME market expansion? Opportunities for impact*. Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab. Retrieved from <https://www.povertyactionlab.org/blog/6-20-24/can-product-curation-overcome-challenges-msme-market-expansion-opportunities-impact>

Kompas.com. (2023, October 31). *7 manfaat mengikuti pameran bagi pelaku UMKM*. Retrieved January 4, 2025, from <https://umkm.kompas.com/read/2023/10/31/170300583/7-manfaat-mengikuti-pameran-bagi-pelaku-umkm>

LinovHR. (2023). *Liaison Officer: Pengertian, tugas, skill, dan gaji*. Retrieved January 4, 2025, from <https://www.linovhr.com/liaison-officer/>

LSP Pariwisata. (2023). *Mengapa dan kapan Anda harus menggunakan Liaison Officer?* Retrieved January 4, 2025, from <https://lsppariwisata.com/id/mengapa-dan-kapan-anda-harus-menggunakan-liaison-officer/>

Meilina, I., & Patrianti, T. (2023). Event management PT Neo Expo Promosindo dalam membangun citra perusahaan (Studi deskriptif pada event IFBC 2022). *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2), 43-50. <https://doi.org/10.24912/jecs.v2i2.418>

OCBC. (2023, August 15). *Profil perusahaan: Fungsi, manfaat, dan contohnya*. Retrieved January 4, 2025, from <https://www.ocbc.id/id/article/2023/08/15/profil-perusahaan>

Pinem, H., Silaban, I. S. A., Lumbantoruan, M. A., & Saragih, L. S. (2023). Implementasi strategi bauran pemasaran (marketing mix) pada Mikari

- Bakery. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(6), 370–378. Retrieved from <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i6>
- Rahmatillah, J. Z., & Karsono, L. D. P. (2024). Event internasional sebagai sarana marketing dan branding UMKM: Studi pada UMKM Kopi Tjolo Kudus. *Jurnal Baabu Al-ilmu*, 9(1), 35-47. <https://doi.org/10.12345/jbi.v9i1.3403>
- Rezkie, D. P. (2024). Analisis penggunaan e-commerce bagi UMKM di era digital. *Seminar Nasional Prosiding Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (SEMNASPROIMKB)*, 1(1), 151-163. <https://doi.org/e-ISSN3048-2488>
- Rizky, M., Arista, S. W., Dewi, L. I., Purnawan, S. O., & Sriyono. (2024). Strategi dan tantangan dalam menuju pasar global pada UMKM Miz Titin. *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 8(2), 584-600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1784>
- Sellingpro. (n.d.). *Manajemen pemasaran adalah: Pengertian, fungsi, tujuan, dan elemen*. Retrieved January 4, 2025, from <https://sellingpro.co.id/manajemen-pemasaran-adalah/>
- Setiadani, M., & Relifra. (2024). Efisiensi virtual expo terhadap ekspor pada masa pandemi COVID-19 (CV Surya Rotan Furniture). *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 561-573. <https://doi.org/10.62710/yaqx5j85>
- StickEarn. (n.d.). *Mengenal event marketing*. Retrieved January 4, 2025, from <https://stickearn.com/insights/blog/mengenal-event-marketing>
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 1(2), 100-110. <https://doi.org/00.00000/000000>
- Sukma, B. C., & Murwanto, H. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 300-309. <https://doi.org/10.2716-2532.7171>
- Sunarya, L., Lestari, K. S., & Cholishoh, Z. (2022). Desain katalog digital penunjang informasi dan promosi pada Sheen Production. *MAVIB Journal*, 3(1), 23-32. <https://doi.org/10.12345/mavib.v3i1.123​>
- 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. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.837​>
- Tarigan, W. J., Lestari, N. P., Sutrisno, E., Sudewi, P. S., Jannati, J. T., Sipayung, B., Ikhyannuddin, & Gobel, L. V. (2023). *Manajemen keuangan*. Yayasan

Cendikia Mulia Mandiri. ISBN: 978-623-8382-08-8.

UKM Indonesia. (n.d.). *Expo: Media promosi dan peluang bagi UMKM*. Retrieved January 4, 2025, from <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/expo>

Ulandari, O. (2022). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *E-BISMA: Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi*, 4(1), 183-195. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>

Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi bauran promosi (Promotional mix) dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat*. Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama. ISBN: 978-623-88205-7-3.

United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Micro-, Small, and Medium-sized Enterprises Day: Empretec Global Network Event*. Retrieved from <https://unctad.org/meeting/micro-small-and-medium-sized-enterprises-day-empretec-global-network-event>

United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2024). *MSME Day 2024: Leveraging the power and resilience of micro-, small and medium-sized enterprises to accelerate sustainable development and eradicate poverty in times of multiple crises*. Retrieved from <https://sdgs.un.org/events/msme-day-2024-leveraging-power-and-resilience-micro-small-and-medium-sized-enterprises>

Universitas Medan Area. (2023, September). *Hubungan antara konsultan-klien: Kunci sukses dalam proyek konsultasi*. Retrieved January 4, 2025, from <https://manajemen.uma.ac.id/2023/09/hubungan-antara-konsultan-klien/>

Vătămănescu, E.-M., Mitan, A., Cotîrleţ, P. C., & Andrei, A. G. (2022). *Exploring the mediating role of knowledge sharing between informal business networks and organizational performance: An insight into SMEs internationalization in CEE*. *Sustainability*, 14(7), 3915. <https://doi.org/10.3390/su14073915>

Winda Ayu. (2022). *Pentingnya company profile sebagai branding perusahaan*. Diakses dari <https://www.softwareseni.co.id/blog/pentingnya-company-profile-sebagai-branding-perusahaan>