

REFERENCES

- Abidin, Z., & Sofyan, A. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Khidmatussifa: Journal Of Islamic Studies*, 2(1), 11-16.
- Azis, Y. A. (2021). Pengertian Liaison Officer: Tugas dan Tanggung Jawab. URL: <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-liaison-officer-tugas-dan-tanggung-jawab/>
- Amelia, A. N. (2023). Liputan Pameran Entrepreneurship BINUS Malang.
- Azra, D. L., & Nasution, J. (2024). Financial Statement Analysis and Performance Optimization at the Office of PT Perkebunan Nusantara Medan IV FOR 2018-2022. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 30-36.
- Azlan, J. P. (2020). Perancangan E-Katalog Promosi STMIK Triguna Dharma Dengan Metode User Centered Design Untuk Meningkatkan Layanan Kualitas Promosi Berbasis Web dan Mobile. 4, 1140–1152. In Ng, W. (2021, September). Perancangan dan Pengembangan E Brosur dan E Catalog Pada First Hook Coffee. In *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)* (Vol. 1, No. 1, pp. 706-710).
- Asra, Y. (2023, November). Business Planning And Production Crispy Bread (Marketing Aspect). In *Seminar Nasional Industri dan Teknologi* (pp. 751-757). <https://eprosiding.snit-polbeng.org/index.php/snit/article/view/429>
- Besan, A., Hattu, F. L., Uktolseya, V., Makmara, N., & Salampessy, N. (2023). Analisis Laporan Laba Rugi Pt. Pos Indonesia (Persero) Analysis Income Statement Pt. Pos Indonesia (Persero). *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(4), 200-213.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H.(1982), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF Universitas Gadjah Mada. In Priangani, A. (2023). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era digital abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14-18.

- Fachrurozi, A., & Nurjaman, K. (2022). Analisis Bauran Pemasaran pada PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2).
- Hasanti, Innaka Dwi, 'Komunikasi Organisasi Event Project Team Dan Account Executive Pada Event Organizer Twisbless', *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2 (2019), 61–73. In Dewidianto, R., Manalullaili, M., & Ningsih, C. P. A. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Event Organizer (Studi pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(4), 10-10.
- Hutauruk, R. P. S., Zalukhu, R. S., Collyn, D., Jayanti, S. E., & Damanik, S. W. H. (2024). Peran perilaku pengelolaan keuangan sebagai mediator dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM di kota Medan. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(1), 302-315.
- Harahap, M. A. K., Sutrisno, S., Raharjo, I. B., Novianti, R., & Ausat, A. M. A. (2023). The Role of MSMEs in Improving the Economy in Ramadan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1907-1911.
- Hanes, E. O. N. D., Dekrita, Y. A., & Carcia, M. S. M. (2023). Analisa Perbandingan Neraca Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Di Kopdit Tuke Ler Cabang Hewokloang. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 1(5), 186-197.
- Juniansyah, Bayu Dwi, Erliyan Redy Susanto, and Agung Deni Wahyudi. 2020. "Pembuatan ECommerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment." 14(1):41–46. In Rizal, K., Alkhalifi, Y., Fibriany, F. W., & Rachmawaty, Z. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Jasa Event Organizer Berbasis Website Menggunakan Metode RAD. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 8(01), 7-14.
- Kasmir, 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. In Sari, L. I., Fauziah, A. N., & Putri, L. R. N. A. (2022). Fungsi, Tujuan dan Bentuk-bentuk Promosi. *Jurnal Dar El-Falah*, 1(2).
- Kotler, P.(1980), *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. 4th Ed.London: Prentice-Hall, Inc. In Priangani, A. (2023). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9.

- Muslim, M., Parulian, T., Syefriani, S., Ramadayanti, N., & Adriani, N. (2023). Pelatihan Event Organizer (EO) Pertunjukan Di Sanggar OSAM Art Community Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(1), 145-150.
- Maharani, P. A. (2023). Pentingnya Pameran bagi Pelaku Bisnis.
- Margono. (2001). Peran Unit Penghubung Sebagai Penyelaras Informasi. *Jurnal Al-Maktabah Volume 3 No.1*, p 33-41. In Purba, B. J., & Arfin, A. (2021). Analisis Peranan Liaison Officer dalam Pelayanan dan Pengawasan Secara Mandiri pada Kawasan Berikat Mandiri. *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(2), 197-216.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2022). Efektifitas Digital Marketing Sebagai Integrated Marketing Communication Pada Umkm Binaan Pt. Pertamina Hulu Rokan. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 8, No. 2, pp. 146-152). <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/1234>
- Ni Ketut Kertiasih, & I Putu Budhayasa. 2017 video profil sebagai sarana promosi efektif dalam menunjang eksistensi program studi manajemen informaiika. In Bumanda, D. S., Nurabdiansyah., Ahmad, A. A. (2023). *Perancangan Video Profil Desa Tukamasea* (Doctoral dissertation, Fakultas Seni dan Desain).
- Ostrand, Nicole. 2022. "Overseas Immigration Liaison Officers: 'Knowledge Brokers' and Transnational Spaces of mid-Level Negotiations Shaping Extraterritorial Migration Control Practices." *Migration Studies* 10 (1): 41–61. doi:10.1093/migration/mnac004. In Ostrand, N., & Statham, P. (2022). Liaison officers as influential 'immigration risk' brokers in visa policy implementation: intermediaries across institutional and national borders. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. Vol. 48, No. 17, 3985-4009.
- Putra, D. A., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (studi Pada Stasiun Bandung. *EProceedings of Management*, 7(1). In Fachrurrozi, A., & Nurjaman, K. (2022). Analisis Bauran Pemasaran pada PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 34-48.

- Putra, A. R., Ernawati, E., Jahroni, J., Anjanarko, T. S., & Retnowati, E. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 2(1), 21-26.
- Pratama, B. C., Innayah, M. N., & Furqon, M. (2023). Improving MSMEs' Networking through Digital Marketing: The Role of Copywriting. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(3), 673-680.
- Poedjiono, N. F. (2023). Reportase Entrepreneurship-Business Creation Expo.
- Putri, M., & Raflah, W. J. (2022). Observation Study of Business Capital Factors, Business Location, and Marketing Strategies on the Succes of Culinary MSME Business in Dumai City. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 2(2), 172-176. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v2i2.2825>
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. In Muhammad, B. L. S., & Utami, T. L. W. (2023, August). Penerapan pemasaran digital sebagai media promosi. In UMMagelang Conference Series (pp. 501-508).
- Rudini, A., Widodo, W. A. P., Kadri, M. L., Saputri, L., Jalaludinsyah, S. S., Janah, R., ... & Pranata, E. (2023). Penyuluhan Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Inovasi dan Promosi pada “Pisang Gapit JA” di Sampit. *Profit: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 29-35.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 2(1): 117–127. In Komalasari, S. P., Wisnubroto, M. P., & Yulianto, K. (2024). Business Camp: MSME Financial Management in West Sumatra. *Warta Pengabdian Andalas*, 31(2), 426-435.
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). Creative Digital Marketing. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. In Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94-99.
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen*

- Sistem Informasi, 3(4), 452–462. In Gea, M. B. S., Harefa, I., Buulolo, N. A., & Waruwu, S. (2024). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UD Putra Sawo Kecamatan Sawo. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 169-177.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Wulanda, Nourma. Zakaria, Ahmad (2019). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus di UN Production). *Journal of Management and sBusiness Review*. Vo.16 No.1. Sekolah Tinggi Manajemen PPM. In Rahayu, P. A., Putri, M. P. R., Felisia, F., & Faninda, S. (2022). Strategi bisnis, pemanfaatan insentif pajak, dan kepatuhan wajib pajak perusahaan event organizer selama masa pandemi covid 19. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(2), 238-249.
- West, A. (2017). The Ethics of Professional Accountants: An Aristotelian Perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(2), 328-351. In Saputro, D. S. H., Riharjo, I. B. R., & Ardini, L. (2023). Dilema Etis Akuntabilitas dalam Keputusan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(1), 109-126.