

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. R., Zain, I., & Nuraini, P. (2019). Analisis Dimensi Service Marketing Mix Sebagai Pengukur Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2(2), 1–15. [https://doi.org/10.25299/jtb.2019.vol2\(2\).4395](https://doi.org/10.25299/jtb.2019.vol2(2).4395)
- Amalia, I., Riyanto, M., & Farouk, U. (2018). Pengaruh Interpersonal Skill , Salesmanship Skill , Technicall Skill , Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada PT United Tractors TBK. *Jurnal Admisi & Bisnis*, 19(2), 107–118. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32497/ab.v19i2.1271>
- Amallynda, I., & Dewi, S. K. (2022). Perancangan dan Implementasi Strategi Pemasaran sebagai Upaya dalam Memperluas Pangsa Pasar dan Meningkatkan Volume Penjualan Produk Olahan Ikan Dapur L ' Rose. *Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 32–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i1.18>
- Andriani, U., Amalia Nur Hidayati, & Muhammad Alhada Fuadilah Habib. (2022). Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Megaluh Jombang dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 286–296. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2573>
- Anggraeni, V. B., & Iriani, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tikar Dengan Konsep 4P (Price, Product, Place, Promotion), Ahp (Analytical Hierarchy Process) Dan Topsis Di Cv. Xyz. *Juminten*, 2(3), 167–178. <https://doi.org/10.33005/juminten.v2i3.281>
- Annur, A. M., & Anwar, K. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada UMKM (Studi Usaha Jahit HANIMIST). *Indonesian Journal of Islamic ...*, 6(June), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/ijoeib.v6i1.761>
- Ardianingtyas, S., & Nurdinawati, D. (2018). Analisis Gender pada Rumah Tangga Buruh Industri Konveksi Tas. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(6), 813–826. <https://doi.org/10.29244/jskpm.2.6.813-826>
- Arifudin, O., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan Usaha Oncom Dawuan Makanan Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 59–63. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7522>
- Atmaja, H. E., Hartono, B., & Ikhwan, K. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Manajemen Pada Pelaku UMKM Desa Balesari Kabupaten Magelang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1487–1492. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i6.4902>
- Azmi, A., Yusmini, & Maharani, E. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Franchise O'Chicken Di Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru. *IJAE*, 10(2), 1–9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31258/ijae.10.2.102-114>
- Bahri, R., & Rahmawaty, R. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 344–358. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v4i2.12263>
- Bahri, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Upaya Penetrasi Pasar Produk Dodol Rumput Laut Pada Ukm Aisyiah Kupang. *Agromina Jurnal Prodi AGP*, 1(1).

- <https://training.unmuhkupang.ac.id/index.php/agromina/article/download/113/75>
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals, Handbook I Cognitive Domain*. New York : Longmans, Green and Co.
- BPS. (2018). *Kecamatan Jongkong Dalam Angka*. <https://doi.org/https://kapuashulukab.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=MTJiMjUxYWFKYTAzZDkxOTFiMjZkYWE0&xzmn=aHR0cHM6Ly9rYXB1YXNodWx1a2FiLmJwcy5nb5pZC9wdWJsaWNhdGlvbi8yMDE4LzA5LzI2LzE5YjI1MWFhZGEwM2Q5MTkxYjI2ZGFhNC9rZWNhbWF0YW4tam9uZ2tvbmctZGFsYW0tYW5na2EtMjAxOC5odG1s&twoadfnorfeauf=MjAyMi0wOC0yOCAxNjoyNDowNA%3D%3D>
- BPS. (2019a). *Data Perkembangan UMKM Indonesia*. Kemenkopukm. <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- BPS. (2019b). *Jumlah UMK Makanan dan Minuman Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/23/terbanyak-nasional-jumlah-umk-makanan-dan-minuman-jawa-barat-capai-7914-ribu>
- BPS. (2019c). *Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Kalimantan Barat*. Pontianak : BPS Kalbar.
- Clara, D. A. K. (2021). Sosialisasi Penggunaan Kalimat Impresif Sebagai Strategi Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pejeng Gianyar. *Jurnal Abdidas*, 2(3), 472–482. <https://doi.org/http://abdidas.org/index.php/abdidas>
- Dharmawati, D. M. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Diskup. (2021). *Laporan Kinerja Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kabupaten Kapuas Hulu*. <https://doi.org/https://www.diskup.kapuashulukab.go.id/program-kinerja-2021/laporan-kinerja-2021/>
- Faruq, I. A. F., & Ardhia, A. R. (2018). *Intrumen Penilaian Berbagai Kompetensi atau Indikator Dalam Pencapaian Hasil Belajar SD / MI*. <https://doi.org/http://eprints.umsida.ac.id/4052/1/Ardhea%20dan%20Iqbal.pdf>
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 245–253. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663>
- Fauzi, A., & Anna, S. (2002). Evaluasi Status Keberlanjutan Pembangunan Perikanan: Aplikasi Pendekatan Rappfish. *Jurnal Pesisir Dan Lautan*, 4(3), 43–55.
- Fauziah, S., Rifin, A., & Adhi, A. K. (2020). Produktivitas Usaha Mikro dan Kecil Industri Makanan di Indonesia. *Agriekonomika*, 9(2), 157–170. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v9i2.8232>
- Grista, N., Fani Cahyandito, M., & Supiansyah. (2022). Peran Core Competency Berbasis Model Tiroca Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada UMKM Makanan Ringan Di Kota Cimahi. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 13(2), 259–275. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JRMSI.013.2.05>
- Gunawan, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix (Product, Price, Place, dan Promotion) Terhadap Brand Preference Pada J.Co Do-nuts & Coffee di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(2), 9. <https://doi.org/https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/8867/8002>
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*,

- 15(2).
- Handayani, R. (2020). Sosialisasi Penghitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga Jual Produk Pada Industri Lettering Dan Olahan Makanan Di Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2334079&val=22450&ttitle=SOSIALISASI%20PENGHITUNGAN%20HARGA%20POKOK%20PENJUALAN%20DAN%20HARGA%20JUAL%20PRODUK%20PADA%20INDUSTRI%20LETTERING%20DAN%20OLAHAN%20MAKANAN%20DI%20KOTA%20SURAKARTA>
- Hariri, C. A., & Yayuk, E. (2018). Penerapan Model Experiential Learning untuk Meningkatkan Pemahaman Materi Cahaya dan Sifat-Sifatnya Siswa Kelas 5 SD. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.24246/j.js.2018.v8.i1.p1-15>
- Hartono, D., & Ramayanto. (2021). Dampak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Sumbawa. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(12), 622–630. [https://doi.org/https://doi.org/10.36312/%20\(jsm\).v2i12%20\(Desemb.510](https://doi.org/https://doi.org/10.36312/%20(jsm).v2i12%20(Desemb.510)
- Hermawan, F., Detra, A. E., Eldrian, A. F., Ekonomi Dan Bisnis, F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Pengaruh Media Digital Sebagai Sarana Promosi Dan Transaksi Bagi Pelaku UMKM Makanan Dan Minuman Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(2), 493–505. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.797>
- Hetika, H., & Sari, Y. P. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Umkm Di Kota Tegal. *Monex : Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 8(1), 303. <https://doi.org/10.30591/monex.v8i1.1272>
- Hidayati, A., Henry Riyandi, & Herman Susanto. (2020). Penerapan 7P Dalam Pembangunan Usaha Walaraba Amygdala Coffee. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(2), 192–202. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i2.369>
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Jurnal Nominal*, 7(1), 96–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Irsyadulloh, A., Jaya, A., Nurussamsiyah, L., Syariah, M. B., Tinggi, S., Islam, A., Ulum, K., Blora, K., Makan, R., Sako, G., & Pendahuluan, A. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Rumah Makan Geprek Sako Blora Tahun 2021 . *Tanmiya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 01(01), 50–67. <https://ejournal.staikhozin.ac.id/ojs/index.php/Tanmiya/article/view/127/101>
- Kementerian Perindustrian. (2019). Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian Tahun 2015-2019. In *Kementerian Perindustrian*. <https://kemenperin.go.id/download/21250/Laporan-Kinerja-Kementerian-Perindustrian-2018>
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.2738>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kristiani, N., & Atus Sholikhah, A. M. (2021). Pertumbuhan UMKM Bakery dan Kue

- di Kabupaten Bantul Saat Pandemi Covid-19 (Analisis Pada Karakteristik Kewirausahaan Karakteristik Individu dan Aktivitas Wirausaha). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(2), 72. <https://doi.org/10.35906/jurman.v7i2.927>
- Kusuma, U. W., Arusani, Fatmawati, & Diana, L. (2022). Pendampingan Pemasaran Melalui Perbaikan Kemasan Produk Makanan Ringan Pengusaha Kecil di Kabupaten Wakatobi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Sabangka*, 1(2), 84–88.
- Leonardo, A., Oskar, K. B. V., & Sitorus, N. I. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Food And Beverage Business. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 10–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.66>
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 10–27. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i3.6579>
- Maghfur, M., & Dahda, S. S. (2022). Determination of Marketing Strategy in SMEs UD. Albarokah Based on 4P Strategy, Promotion Mix, Public Relations. *MOTIVECTION: Journal of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering*, 4(2), 175–186. <https://doi.org/10.46574/motivection.v4i2.124>
- Mahida, M., & Handayani, W. (2019). Penilaian Status Keberlanjutan E-Ticketing Bus Trans Semarang Mendukung Kota Pintar dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Warta Penelitian Perhubungan*, 31(10), 15–24. <https://doi.org/10.25104/warlit.v31i1.977>
- Majasoka, L., Sumarwan, U., & Muflikhati, I. (2020). Perilaku Konsumen Gula Pasir: Keterkaitannya dengan Pengetahuan Label, Bauran Pemasaran, dan Kesadaran Merek. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 13(3), 289–302. <https://doi.org/10.24156/jikk.2020.13.3.289>
- Marlen, D. R., Gunawan, R., Lianto, M. E., Buntoro, Y. M., & Wibisono, Y. P. (2021). Pengembangan Website untuk Pemasaran Produk Kerupuk Basah Ashifa di Kabupaten Putusibau. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 56–63. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v1i1.4159>
- Muawwal, M. C., Siswanto, W. M., & Azzahra, F. (2022). Pendampingan Penjual Mie Ayam QQ untuk Meningkatkan Penjualan dengan Melakukan Perbaikan Warung. *01(01)*, 9–17. <https://ejcs.eastasouth-institute.com/index.php/ejcs/article/view/1/4>
- Mukhlisin, H., & Budi, I. (2017). Analisis Pengukuran Tingkat Kesiapan Penerapan Manajemen Pengetahuan : Studi Kasus Badan Pendidikan Dan Peltihan Keuangan, Kementrian Keuangan. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 13(1), 11–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.21609/jsi.v13i1.514>
- Mulyana, R., Haluan, J., Baskoro, M. S., & Wisudo, S. H. (2014). Analisis Multidimensional Untuk Pengelolaan Perizinan Perikanan Yang Berkelanjutan : Studi Kasus Wpp Laut Arafura. *Jurnal Teknologi Perikanan Dan Kelautan*, 2(1), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.24319/jtpk.2.71-80>
- Mundir, A., & Raharyu, A. A. (2022). Pengaruh bauran pemasaran 4p (produk, price, place, promotion) dan kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap keputusan konsumen untuk membeli di toko yunika jabon sidoarjo. *Jurnal Fakultas Agama Islam*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/muallim.v4i1.2949>
- Murti, F. M., & Suharti. (2015). Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi

- Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 34–43.
- Nainggolan, H. Y., Malik, A., Ekonomi, F., Muslim, U., & Al, N. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rumah Makan Padang di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Sumatera Utara. 1*, 1–8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54131/jbma.v9i1.131>
- Nopriandi, R., Yulianti, F., & Lamsah. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Kerajinan Bambu Loksado Di Kabupaten Hulu Sungai Selatan. 3*, 1–6.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurchayyo, A., & Musdalifah. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Keterampilan Dan Konsep Diri / Nilai Terhadap Kinerja Pengrajin Pada Usaha Kecil Menengah ( UKM ) Sarung HJ Famawati Samarinda. *Jurnal Eksis*, 14(2), 3554–3562. [https://doi.org/http://karyailmiah.polnes.ac.id/images/Download-PDF/ANTON%20NURCAHYO%20EKSIS%202018/14\\_Anton-cetak.pdf](https://doi.org/http://karyailmiah.polnes.ac.id/images/Download-PDF/ANTON%20NURCAHYO%20EKSIS%202018/14_Anton-cetak.pdf)
- Nurlinda, & Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur. *Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 160–175. <https://doi.org/https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2020/12/Nurlinda.pdf>
- Nurliza. (2018). *Metode Kuantitatif Bisnis* (Pertama). IAIN Pontianak Press.
- Nurmaida, E. A., Tuwo, M. A., & Surni. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan (Suatu Kasus Pada Umkm Citra Permata Kendari). *Jurnal Ilmiah Agribisnis (Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian)*, 4(2), 45–51. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JIAdoi:http://dx.doi.org/10.33772/jia.v4i2.6514>
- Pandora, A. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa ( Product , Place , Price , Promotion , People , Process , Physical Evidence ) Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kandang Ayam Bandung. 5*(1), 1–17.
- Paraswati, S. N., & Laily, N. (2018). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Bisnis Wanita Batik Mangrove Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Majemen*, 7(3), 1–16. <https://doi.org/http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1153>
- Pitcher, T. J., & Preikshot, D. (2000). *Rapfish: A Rapid Apraisall Technique To Evaluate The Sustainability Status Of Fisheries*. Fisheries Centre.
- Pratama, I., Ilmaknun, L., Wardatuz Zuhriyah, S., & Adrie Manafe, L. (2021). Penerapan Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Pada Umkm Sunmory Milk Sidoarjo. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 9–21. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i1.6>
- Pribadiansya, M. C., Engka, D. S. M., & Jacline I. Sumual. (2021). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Makanan Di Sekitaran Kawasan Pantai Malalayang Di Manado. *Jurnal EMBA*, 9(1), 932–941. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32642>
- Putra, G. B. B., & Yuliastuti, I. A. N. (2019). Kemampuan Menghasilkan Keuntungan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Denpasar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 37–47. <file:///C:/Users/user/Downloads/admin,+5.pdf>
- Putra, L. D., & Susanto, E. H. (2019). Pengaruh Marketing Mix 4P dan Perceived Quality Terhadap Purchase Decision Smartphone Vivo. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(6), 77. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i6.6101>

- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Qomarudin, A., Mushoffi, M. F., Nisa, S. C., & Fitriyah, H. (2021). Peningkatan Penjualan Produk Barang Gunaan Melalui Sertifikasi Halal. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum Dan Pendidikan*, 6(2), 362. <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/alyasini/article/view/4319>
- Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(1), 188–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.45>
- Ratnasari, & Wachdijono. (2021). *Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen Kopi Pada Masa Pandemi Covid-19*. 4, 524–532. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/viewFile/820/831>
- Raudatul Jannah, I., Heriberta, H., & Vyn Amzar, Y. (2019). Analisis sosial ekonomi usaha dagang kecil pecel lele di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 7(1), 13–26. <https://doi.org/10.22437/pim.v7i1.8765>
- Ritonga, M., Irawan, & El Fikri, M. (2020). Faktor Manajemen Biaya Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada UKM Industri Rumahan Di Kota Binjai. *Manajemen Tools*, 8(2), 68–78. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/115>
- Robbins. (1995). *Teori Organisasi* (Y. Udaya (ed.)). Jakarta: Acam.
- Robbins. (2000). *Keterampilan Dasar*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Rosyadi, A., & Ramadhani, I. (2020). Urgensi Interpersonal Skill Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(2), 103–110. <https://doi.org/https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare/article/view/2156>
- Ruwaida, H. (2019). Proses Kognitif Dalam Taksonomi Bloom Revisi : Analisis Kemampuan Menciptakan ( C6 ) Pada Pembelajaran Fikih Di MI Miftahul Anwar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 4(1), 51–76. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35931/am.v4i1.168>
- Salsabilla Beu, N., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Emba*, 9 Nomor 3(3), 1530–1538. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35821>
- Salwa, A. P., Kurniari, F. E. K. A., & Munandar, A. (2022). Penetapan Harga Jual Berdasarkan Analisis Perhitungan Biaya Produksi di Restoran Ayam Geprek Sahabat. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i1.841>
- Saputra, A., & Octaria, H. (2021). Perbandingan Pengetahuan Petugas Rekam Medis Untuk Pencapaian Standar Pengelolaan Rekam Medis Sebelum Dan Sesudah Pelatihan Di Rumah Sakit Bersalin Annisa Pekanbaru tahun 2019. *Jurnal Rekam Medis ( Medical Record Journal )*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.25311/jrm.Vol1.Iss1.331>
- Shalamah, U. H., & Indrawati, F. (2021). *HIGEIA JOURNAL OF PUBLIC HEALTH Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang di Balai Kesehatan*. 5(1), 145–157.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/higeia.v5i1.35334>
- Sholeh, B., Wahono, B., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Keterampilan, Pengalaman, Dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Manajemen*, 95–110. <https://doi.org/http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8217>
- Siagian, M., Kurniawan, P. H., & Hikmah, H. (2019). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 265–271. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.107>
- Silaningih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144. <https://doi.org/10.30997/jsh.v9i2.1382>
- Sokoastri, V. (2020). Preferensi Konsumen Dan Strategi Pemasaran Produk Olahan Kelapa Kopyor. *Forum Agribisnis*, 10(2), 145–154. <https://doi.org/10.29244/fagb.10.2.145-154>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. [https://edoc.tips/download/sugiyono-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d\\_pdf](https://edoc.tips/download/sugiyono-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d_pdf)
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Suryanti, E., Mubarak, H., & Hendra, L. (2022). Analisis Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Karyawan. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 34–47. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.17634>
- Susilo, Y., Wijayanti, E., & Santoso, S. (2021). Penerapan Teknologi Digital Pada Ekonomi Kreatif Pada Bisnis Minuman Boba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 457–468. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.383>
- Tahirs, J. P., Pongtuluran, K. A., Rambulangi, A. C., & Ronal, M. (2020). Meningkatkan Kapasitas Pelaku UKM Melalui Penguatan Manajemen Di Kabupaten Tana Toraja. *Community Development*, 1(3), 437–442. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v1i3.1133>
- Tirtayasa, S., & Daulay, Y. A. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19. *MANEGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 106–122. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fmaneggio.v4i1.6712>
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1). <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/3829/2014>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137–148. <https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362>
- Widhajati, E., Nurani, Minarni, E., & Eldon, M. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM

- Tulungagung. *JANITA (Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Tulungagung)*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>
- Widiastuti, E. (2019). Peningkatan Pengetahuan, Keterampilan Dan Sumber Daya Mnesia Sebagai Strategi Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Batik Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32424/jeba.v21i1.1286>
- Wildan, W. (2017). Pelaksanaan Penilaian Autentik Aspek Pengetahuan, Sikap Dan Keterampilan Di Sekolah Atau Madrasah. *Jurnal Tatsqif*, 15(2), 131–153. <https://doi.org/10.20414/jtq.v15i2.3>
- Wiska, M., & Colin, J. J. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pelatihan Akuntansi, dan Umur Usaha terhadap Pengguna Informasi Akuntansi pada UMKM dengan Ketidakpastian Lingkungan sebagai Variabel Moderating di Kabupaten Dharmasraya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 406. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.310>
- Wiwaha, D. P., & Whydiantoro. (2019). Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place) di Pabrik Kecap Majalengka (Studi Kasus : Pabrik Kecap Ban Bersayap). *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1–10. <https://doi.org/https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/5209/3485>
- Yudha, H. A., Widarman, A., & Irawan, M. F. (2021). PENGARUH 4P ( PRODUCT , PLACE , PRICE , PROMOTION ) TERHADAP. *TAHSINIA*, 2(2). <https://doi.org/https://jurnal.rakeyansantang.ac.id/index.php/th/article/view/12>
- Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal Maneksi*, 9(1), 346–354. <http://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/397>
- Yunitasari, E. W., Wijaya, F. S., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., & Tamansiswa, U. S. (2021). Pengendalian Kualitas Pada Produk Umkm Makanan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS)*, 5(1), 8–13. <https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/penamas/article/view/8448>
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia : Tantangan Dan Peluang Pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15–34. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746>
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementation Of The 7P Marketing Mix In Increasing Sales Volume Of UKM Ampuh In Kediri Regency During The Covid-19 Pandemic Implementasi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UKM Ampuh Di Kabupaten Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal MultidisiplinMadani*, 2(1), 299–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.54259/mudima.v2i1.363>