

BIBLIOGRAPHY

- Abdul, Rohman. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen. Cetakan I. Ed. Inteligensia Media*. Malang, Indonesia: CV. Cita Intrans Selaras.
<https://Repository.Widyatama.Ac.Id/Xmlui/Bitstream/Handle/123456789/6350/Bab2.Pdf?Sequence=11>.
- Adrian, Adi. (2019). Empowerment Strategies of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMES) To Improve Indonesia Export Performance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*. 2019; 2(04).
- Aedi, Nur. (2018). Instrumen Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data. *Journal Of Chemical Information and Modelling*. Vol.53(9). 1689–99.
- Akumandiri. (2021). FGD Pusat Kajian Anggaran dan Asosiasi IUMKM/AKUMANDIRI dengan tema: Permasalahan SDM UMKM pada 28 September 2021.
- Amanda, Nabila J. (2020). Perjuangan UMKM Indonesia Di Era Digital. Diakses dari: <https://vutura.io/blog/perjuangan-umkm-di-era-digital/>
- Badan Pusat Statistik. (2022). “Berita Resmi Statistik”.
- Bank Dunia Terbaru Klasifikasi Indonesia. (2021). (Worldbank.Org).
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Meengah (UMKM)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Budiyanto dan Aidil. (2020). Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan Terhadap Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM dan Dampaknya Terhadap Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*. Vol.4(1): 80–93.
- Bui, C.C., Florentina, & Muhammad. (2021). Tantangan Dan Strategi Pemasaran UMKM Pada Era New Normal.
- Chanaya, N., & Sahetapy, L. (2020). Pengaruh Brand Experience dan Electronic Word of Mouth (E-wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Wedding Organizer Perfect Moment. *AGORA*. Vol.8(1).
- CNBC Indonesia. (2021). Terungkap! Ini Alasan UMKM Indonesia Sulit Ekspor. Diakses dari: <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210421140424-25-239618/terungkap-ini-alasan-umkm-indonesia-sulit-ekspor>.
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.20 (2): 142 – 149.

- Daymon, C., & Holloway, I. (2002). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. London: Routledge.
- Duwi, F., *et al.* (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP*. Vol.2(2): 165–76.
- Fahrizanur, *et al.* (2017). Peranan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Dalam Perencanaan Pembangunan Di Daerah Kabupaten Paser. *Ejournal.Ipfisip-Unmul.Ac.Id*. Vol.5(4): 1599–1612.
- Fathor, A. S. (2014). Model Pemberdayaan UMKM Melalui Intensifikasi Dan Integrasi Sistem Komunikasi Sebagai Dasar Untuk Mempercepat Penguatan Pada Kelompok Sentra. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol.12(4): 582–93.
- Fatimah, Tjutju. (2011). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Econosains*. Vol. 9(1): 49–61. [Http://Journal.Unj.Ac.Id/Unj/Index.Php/Econosains/Article/View/551](http://Journal.Unj.Ac.Id/Unj/Index.Php/Econosains/Article/View/551).
- Fatwitawati, Reni. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (Sembadha)*, Vol.1(1): 225-229. Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Gomulia, Budiana. (2013). Bisnis Keluarga di Bandung Bagaimana Mereka Bertahan Berlanjut. *Jurnal Trikonomika*, 12 (2) (2013): 125-133.
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*. Vol.15(2). 77–96. Retrieved from http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
- Hamzah, M., *et al.* (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia: Analisis Terhadap Sektor Domestik Dan Stabilitas Inflasi. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, Vol.2(3).
- Hardani, Ustiawaty J., *et al.* (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Haryanti, Dewi Meisari. (2021). Bahan Paparan Diskusi di Pusat Kajian Anggaran dengan judul Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Melalui Pendampingan UMKM Naik Kelas. *Ukmindonesia.id-LPEM FEB UI*.
- Ishak, A. (2004). Marketing Strategy Implementation: A Study of Small and Medium Companies in Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 2(9). Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/997>
- Jumadi. (2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perlu Sentuhan Khusus. Diakses dari: <https://www.watyutink.com/opini/Usaha-Mikro-Kecil-dan-MenengahUMKM-Perlu-Sentuhan-Khusus>

- KBBI. (2018). Shared By: MY-DIARYZONE. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). Holding Mikro dan Koperasi. Diakses dari: <https://kemenkopukm.go.id/read/holding-mikro-dan-koperasi>, pada 21 Oktober 2021.
- Keputusan Presiden (KEPPRES) No. 99 Tahun 1998 Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan.
- Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kusmanto, H., & Warjio. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*. Vol.11(2) (2019): 320-327
- Liana, D., dan Sirait R.A. (2020). *Pentingnya Penguatan Kelembagaan Petani dan Nelayan, dalam buku Tinjauan Kritis atas Kinerja Sektor Pertanian, Perikanan, dan Industri Pengolahan*. Jakarta: Pusat Kajian Anggaran.
- Marzuki, Kartini. (2017). Model Pemberdayaan Masyarakat Perkotaan Melalui Program Bank Sampah Pelita Harapan Kota Makassar. *Seminar Nasional Lembaga Penelitian UNM*: 590–600. 2017. [Http://Ojs.Unm.Ac.Id/Semnaslemlit/Article/View/4105](http://Ojs.Unm.Ac.Id/Semnaslemlit/Article/View/4105).
- Misno, A. *et al.* (2021). *Fundamentals Of Social Research Kerangka Pikir Dan Konseptual Penelitian*. 1st Ed. Ed. GCAINDO. Yogyakarta: GCAINDO. 2021.
- Muhyiddin (2020). Covid-19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *The Indonesian Journal of Development Planning*. Vol.4(2).
- Permana, Indra Dwi. (2021). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Pembangunan Ekonomi Masyarakat Kabupaten Lamongan (Studi Kasus Di Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Lamongan). [Https://Publik.Untag-Sby.Ac.Id/Backend/Uploads/Pdf/25.Pdf](https://Publik.Untag-Sby.Ac.Id/Backend/Uploads/Pdf/25.Pdf).
- Pratiwi, Endang Tri, Suriadi, & Rabiyyatul. (2021). Peningkatan Sumber Daya Manusia, Digital Marketing, Dan Pengelolaan Kas Pelaku UMKM Saat Pandemi Covid.
- Pujiastuti, E.E, *et al.* (2020). Pemberdayaan UKM Makanan Olahan Carica di Wonosobo, Jawa Tengah. *Dharma LPPM*. Vol.1(1).
- Rahman, N.A., *et al.* (2016). A Comparative Study on Development of MSMEs and Policies in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Small and Medium Enterprises and Business Sustainability*. 2016; 1(4): 74–103.

- Rahmawati, P., *et al.* (2021). Business Strategies: Rumusan Strategi Meningkatkan Perekonomian Sektor UMKM di Tengah Pandemi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol.3(2).
- Saturwa, H.N *et al.* (2021). The Impact of Covid-19 Pandemic on MSMEs. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol.24(1): 65–82.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sedyastuti, Kristina. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. Vol.2(1): 117–27.
- Sirait, R.A., & Prasetyo, Adhi. (2021). *Desain dan Tantangan Major Project Pengelolaan Terpadu UMKM*. Jakarta: Pusat Kajian Anggaran.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharto, Edi. (2016). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sulistiyani, *et al.* (2020). “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol.3(2): 31.
- Suliswanto, M. S. W., & Rofik, M (2019). Digitalization Of Micro, Small & Medium Enterprises (MSMEs) In East Java, Indonesia. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*. Vol.2(1), 34–43.
- Sunardi, Nardi, *et al.* (2020). Peran Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda BSD City Kota Tangerang Selatan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Abdi Masyarakat*. Vol.2(1): 75–86. [Http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901](http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901).
- Supriaddin, Nofal, *et al.* (2018). Marketing Strategy of Micro Small and Medium Enterprises (MSME) in the Framework of Public Welfare Improvement in Southeast Sulawesi Province. *International Journal of Scientific & Engineering Research*. Vol.9(1).
- Tadepalli, R. & Avila, R.A. (1999). Market Orientation and the Marketing Strategy Process. *Journal of Marketing Theory and Practice*. Vol.7 (2): 69-82.
- Tasman, A., *et al.* (2021). *UMKM 5.0; Strategies and Innovation to Digital Business Transformation Manajemen Pemasaran UMKM Di Era Digital*. 1st Ed. Ed. GCAINDO. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Terry, George R. (2009). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara

- UKM Indonesia. (2020). Ragam Akses Modal Pinjaman Berdasarkan Lembaga Penyalur. Diakses dari: <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/330>.
- Undang-Undang Republik Indonesia. UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tahun 2008.
- Utama, Iston Dwija. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*. Vol.7(1): 1.
- Wahyudiono, *et al.* (2019). *Manajemen UMKM*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara (PMN).
<https://books.google.co.id/books/about?Id=Zmjzeaaaqbaj>.
- Wahyuningrum, P., *et al.* (2016). Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kluster Kerajinan Di Kota Depok Menggunakan the House Model. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*. Vol.5(2): 154.
- Wattiheluw, Afriati. (2018). Pengaruh Pemberdayaan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu UMKM Provinsi Maluku. *Jurnal Manis*. Vol.2(3): 57–67.
<https://ojs.unpatti.ac.id/index.php/manis/article/download/788/331>.
- We Are Social. (2022). Digital Data Indonesia 2022. In Data Reportal. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Wibowo, A.P.S, *et al.* (2022). Alternatif Kebijakan Pemberdayaan UMKM di Indonesia.” Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI: 26. 2022. <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/Analisis-Ringkas-Cepat/Public-File/Analisis-Ringkas-Cepat-Public-40.Pdf>.
- Wijanarko, Aris, And Ihwan Susila. (2016). Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif Key Success Factors of Small and Medium Enterprises. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call for Paper FEB UMSID*. 2016; 67–81.
- Witanti, Wina., & Asep I.H. (2017). Pengukuran Kinerja Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Balanced Scorecard (BSC). *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*. 2017; 6(2): 41–50.
- Yamin, Ahmad Bin. (2018). Analyzing The Role of Integrated Marketing Communication: Significance of Analyzing the Role of Integrated Marketing Communication: Significance of Incorporation with Social Medias. *Fareast International University Journal*. Vol.1(1): 1–17.
- Yazfinedi. (2019). Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia: Permasalahan Dan Solusinya. *Jurnal Ilimiah Kesejahteraan Sosial*. Vol.14(1): 33-41.