

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Usaha, R. Handphone, and D. Brastoro, “Rencana bisnis,” 2021.
- [2] I. G. Made, D. Hartawan, and J. Gideon, “ANALISIS BISNIS DAN USAHA TOKO *CELLULER GICELL* [Analysis Business *GiCell Celluler Shop*],” pp. 1224–1231, 2025.
- [3] J. Pengabdian, K. Masyarakat, H. Yaputra, R. J. Arsjah, and I. Anis, “Pelatihan Menghitung Biaya Pemasaran Untuk Analisis Penjualan Pada Pelaku Usaha Kecil,” vol. 3, no. 2, pp. 67–72, 2025.
- [4] S. Sari, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Collaborative Governance Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu,” vol. 6, 2024.
- [5] D. K. Sari, H. Sunaryo, and E. Farida, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (*UMKM*) Berbasis Ekonomi Kreatif,” vol. 13, no. 2, pp. 1007–1011, 2024.
- [6] F. Reporting, “Pengembangan *UMKM* Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal,” vol. 3, no. 3, pp. 990–1008, 2025.
- [7] S. N. Amilia *et al.*, “Pengembangan *umkm* dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital,” vol. 2, no. 4, 2024.
- [8] A. Strategi, S. Pada, G. Makanan, and P. T. Xyz, “Jurnal *PenKoMi* : Kajian Pendidikan & Ekonomi tantangan pasar dan memastikan pertumbuhan perusahaan secara signifikan,” vol. 8, no. 2, pp. 356–363, 2025.
- [9] Z. Noval, A. Ginting, G. P. Damanik, F. A. Ramadhan, and A. Kartika, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong (Studi Kasus PT . Kreasi Lutvi),” vol. 5, pp. 2424–2433, 2025.
- [10] A. T. Buhari, “PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (*UMKM*) DALAM MENINGKATKAN USAHA,” vol. 5, no. 1, pp. 1–15, 2024.
- [11] S. Arifin and N. A. Anisa, “STRATEGI PENGEMBANGAN *UMKM* DALAM MENDUKUNG,” vol. 12, no. 01, pp. 29–33, 2024.
- [12] P. Ketimpangan and P. Di, “UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI Page 62 of 202,” vol. 13, no. 1, pp. 62–76, 2025.
- [13] F. S. Ramadhan, A. Hafid, and U. Nurjaman, “Pengertian Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha,” vol. 2, no. 3, 2025.
- [14] S. Aminah *et al.*, “Studi Literatur : Tantangan Dan Peluang Kewirausahaan Di Era Digital,” vol. 14, no. 1, pp. 98–105, 2024.

- [15] N. Nazwin, M. Amir, and I. Muadsim, “Nur-Fiks,” *Bus. UHO J. Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 748–772, 2024.
- [16] J. Rorensia, “Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Umkm Juragan Pisang 99 di Pangkalpinang,” vol. 2, no. 3, pp. 88–101, 2024.
- [17] M. Anggraeni and S. Sanaji, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran selama Pandemi Covid-19 dengan Mediasi Kemampuan Inovasi dan Kemampuan Branding (Studi pada Pelaku UMKM yang Menggunakan Media Sosial).,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 2, p. 752, 2021, doi: 10.26740/jim.v9n2.p752-767.
- [18] D. I. Wilayah and K. Banyumas, “Working Capital Management Role In Improving Economic Profitability In Small And Medium Enterprises (Smes) In Banyumas Region Peranan Manajemen Modal Kerja Dalam Meningkatkan Rentabilitas Ekonomi Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)”.2024