

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). METODE-PENELITIAN-BISNIS-KUANTITATIF-DAN-KUALITATIF. CV. Noah Aletheia, *I*(1), 1–88.
- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, *4*(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa (Vol. 6, Issue 1).
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, *4*(1), 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>
- bank INDONESIA. (2021). Laporan Perekonomian Provinsi Kepulauan Riau. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Documents/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Kepulauan-Riau-Februari-2021.pdf>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, *V*(1), 61–75.
- DEPKOP. (2022). *Dashboard ODS* UMKM. <Http://Umkm.Depkop.Go.Id/>.
- Destiyata Putri, R., Sari, I. N., Dewi, N., Nufadilah, L., Tri Okta N, D., & Prasetya, H. D. (2019). Analisis Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Dua Putra Berdasarkan Sak-Emkm. *Jurnal Inovasi Manajemen Dan Kebijakan Publik*, *2*, 2621–2234.
- Dewi Ilarrahmah, M., & susanti. (2021). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi

- Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 51–64. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3327>
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasisindustri Kreatif Melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1), 31–42.
- EZEAGBA, C. (2017). *Financial Reporting in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Nigeria. Challenges and Options. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(1), 2–10. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v7-i1/2534>
- Gunardi, Rahayu, A., Wibowo, Li. Ad., & Adi Wibowo, L. (2020). FAIR VALUE Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Fashion di Kota Bandung ( Masa Covid-19 Januari s/d Maret 2020). *Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Keuangan*, 3(1), 1–8.
- Handiyono, M. Y. (2017). Pengaruh Brand Imagerterhadap Kinerja Perusahaan Dengan *Customer Loyalty* sebagai *Variabel Intervening* (Vol. 2, Issue 1).
- Harahap, Y. R. (2014). Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Yang Dimiliki Pelaku Ukm Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM. *Jurnal riset akuntansi dan bisnis*, 14(Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Yang Dimiliki Pelaku Ukm Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Ukm), 66–67.
- Kartika, A., & Nuraini, A. (2020). Penerapan Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan SAK-ETAP Untuk Mengetahui Kinerja Keuangan UMKM Toko Angka Wijaya. <https://doi.org/10374>
- Khadijah, & Purba, N. M. B. (2021). Analisis Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Kota Batam. *RISSET & JURNAL AKUNTANSI*, 5(1), 51–59. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.337>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). metode-penelitian-kuantitatif. *PANDIVA BuKu*, 1(1), 1–149.
- Kusuma, I. C., & Lutfiany, V. (2018). Persepsi Umkm Dalam Memahami Sak Emkm *Smes Perceptions In Understanding The Accounting Standard For SMEs* (Vol. 4).
- Lahap, J., Ramli, N. S., Said, N. M., Radzi, S. M., & Zain, R. A. (2016). *A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel*

- Industry. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 149–157.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.430>
- Lahiri, I., & Banerjee, M. (2018). *Brand sustainability and brand development: critical issues for micro, small and medium enterprises in India*. In *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management* (Vol. 22, Issue 3).
- Machall, I. (2015). Statistik Itu Mudah.
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan Accidental Sampling untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi (Studi Kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat). *E-Journal.Unizar.Ac.Id*, 13(1), 19–23.
- Mudir. (2013). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.
- Murdani, Widayani, S., & Hadromi. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah), 152–157.  
<https://doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17893>
- Nadya, M., Soewarno, Y., & Nirawati, L. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Griya Manik Di Desa Plumbon Jombang. *Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis*, 13(2), 21–30.
- Njanja, W. L., & Pellisier, R. ´. (2011). *The Integrative Effects of Various Management Strategies in the Performance of MSMES 1. International Business and Management*, 2(2), 105–116. [www.cscanada.org](http://www.cscanada.org)
- Pongoh, M. (2013). Analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan pt. Bumi resources TBK. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 669–679.
- Prasanjaya, A. A. Y., & Ramantha, I. W. (2013). *Related papers Profitabilitas Bank Di Indonesia Dengan Met Ode Risk Based Bank Rat Ing Pada Emi*
- Purba, M. A. (2019). Analisis Penerapan Sak Emkm Pada Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Di Kota Batam. In *Mortigor Afrizal Purba JURNAL AKUNTANSI BARELANG* (Vol. 3, Issue 2).
- Restiani Widjaja, Y., Martian fajar, C., Edwar Yokeu Bernardin Dwinta Mulyanti, D., & Nurdin, S. (2018). Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk

- UMKM Industri Konveksi. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Retzen Lupi, F., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commercepada Tokopedia.Com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 20–29.
- Rohmatul Ulla, A., Widijatmoko, A., Hutomo, F., & Halim Yustiawan, R. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Vol. 16, Issue 1).
- Sembiring, E. A. (2019). Pengaruh Metode Pencatatan Persediaan Dengan Sisitem Periodik Dan Perpetual Berbasis Sia Terhadap Stock Opname Pada Perusahaan Dagang Di Pt Jasum Jaya.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “*Best Autoworks.*” [www.dawaihati.com](http://www.dawaihati.com)
- Siregar, N., & Si, M. (2018). Analisis Produk Dan Citra Koperasi Terhadap Wirausaha Koperasi Dalam Meningkatkan Industri Rumah Tangga Pada Masyarakat Desa Lubuk Saban Pantai Cermin Kabupaten Deli Serdang Rika Winda Se. 9(1). [www.dekopin.coop/2017](http://www.dekopin.coop/2017)
- Siyoto, sandu, & sodik, ali. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Iterasi Media Publishing*, 1(1), 1–124.
- Slalmi, H., & Malainine, C. (2021). *Literature Review on the Utility and Roles Assigned to the Accounting Information System and Accounting Data in SMEs*. 2(2), 427–438. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4641529>
- Subari, A. F., Ayunita, C. N., Setyaningrum, D. U., & Emilia, M. (2021). Pemanfaatan Pemasaran Digital Menggunakan Instagram Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Bakso Ojo Lali Di Pondok Jaya. *jurnal pengabdian kepada masyarakat (PKM) Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 1–9.
- Sunyoto, D. (2008). *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis* (Gunawan, Azzagrafika, & Ratino, Eds.; 1st ed., Vol. 1).
- suryani, A. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Pada Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Swakerta Pada Dinas Koperasi Umkm Provinsi Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 27–37.

- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Dimoderasi Teknologi Pada Masa Pandemi Covid-19 *The Effect of Marketing Strategy on Improving SMEs Performance is moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 20371. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>
- Trianto, A. (2017). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Bukit Asam (PERSERO) TBK Tanjung Enim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(3), 1–10.
- WAKHYUNI, E., & ANDIKA, R. (2019). Analisis Kemampuan, Komunikasi Dan Konflik Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Mitha Sarana Niaga. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 1(1), 61–64.
- Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, 5(2), 79–92.
- Yulianto, G., & Hasan, A. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar, Konsumen, Merek, Dan Inovasi Layanan Terhadap Kinerja Umkm Di Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1), 11–24. <https://doi.org/10.36276/mws/v17i1>