

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, I., Saragih, D. M., & Harahap, L. M. (2025). Peranan Inovasi untuk Memajukan Bisnis Start Up dalam Kegiatan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Manajemen Digital Terkini*, 2(2), 01–08.
- Ahmadi, A. K., Fakhira, D., Sahfira, N. I., Siahaan, R. N., Syahputri, N., & Sihotang, M. K. (2025). Analisis Aspek Pasar sebagai Pilar Utama dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 209–221.
- Alfatih, M. P. N., & Widyaningsih, T. W. (2024). Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Sistem Komputer dan Kecerdasan Buatan*, VIII(1), 52–58.
- Ananda, D., Ningrum, D. A., & Adila, R. (2025). Studi Kelayakan Bisnis dari Aspek Keuangan. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(1), 302–310. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3736>
- Bahri, S., & Rosandy, A. B. (2025). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1807–1811.
- Bate'e, A. T., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widosasih, R. W. K. (2024). Umkm Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Min Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(204), 221–235.
- Christiani, J., & Fauzi, A. (2022). Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 16–23.
- Damayanti, M., & Primandhana, W. P. (2024). Pengembangan Pangsa Pasar Terhadap Pelaku UMKM dalam Industri Kreatif. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(9), 3742–3758.
- Dewi, S. A. P. (2022). Perbandingan Kualitas Brownies Coklat dengan Campuran Wortel (Quality Comparison of Chocolate Brownies with Carrot Mix). *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis*, 1(4), 1008–1029. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i4>
- Handayani, F., Kadang, J., & Syrifuddin, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko. *Jurnal Empirik*, 4(1), 208–212.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 4(4), 53–62.
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha , Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- (UMKM). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 19(I), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Imani, R. D., Sucipto, H., Afridah, N., & Syaifulloh, M. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(01), 43–55.
- Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Social Science Education Journal*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>. Permalink/DOI
- Kusuma, I. L., Fitria, T. N., & Marimin, A. (2024). Pendampingan dalam Membangun dan Mengelola Bisnis Start-Up bagi Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat BUDIMAS*, 06(03), 201–210.
- Lumbantoruan, L. A., Siregar, A. Z., & Waruwu, P. Y. (2025). Menyusun Perencanaan Bisnis Startup dari Ide hingga Aksi di Era Digital. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(05), 1096–1103.
- Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). Manajemen Produksi Home Industry Keripik Galih Kurnia Usaha Desa Bubakan Kecamatan Tulakan Kabupaten Pacitan. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 105–120.
- Mulyati, S., & Solehudin. (2024). Implementasi Manajemen Produksi pada Pelaku Usaha Kuliner. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 1197–1206. Diambil dari <http://srimulyati644@gmail.com>
- Natasya, C. A., Fitriyani, L., Rukmini, P. A., Santi, S., & Suherman, U. (2024). Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku Pada UMKM Rengginang Berlian Kriuk di Karawang. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 2(2), 188–196. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i2.656>
- Novita, D. F., & Rahim, R. (2022). Pengaruh Minat Konsumen Dan Spesifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Cahaya Prima Lestari Abadi Medan. *Journal Economic Management and Business*, 1(2), 149–156.
- Pessak, R. O. D., & Joroh, A. (2022). Cara Mengembangkan Promosi Usaha Kuliner Tradisional Melalui Media Sosial Di Kelurahan Titiwungen Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Produk Terapan Unggulan*, 1(1).
- Pulungan, N. S., Ritonga, H. P., & Nurlaila. (2025). Peluang usaha dan ide bisnis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darmais*, 4(2), 181–188.
- Putri, A. D., Ritonga, N., Nurjanah, Zulqarnain, & Sukatin, M. (2025). Struktur dan Anatomi Organisasi. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 625–633. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16340422>
- Rahmayanti, S. U., & Sriwidodo. (2021). Review Artikel: Tren dan Kemajuan Terbaru Teknologi Kemasan Sediaan Farmasi (Trend and Recent Advance of Pharmaceutical Packaging). *Farmaka Unpad*, 19(1), 26–34.
- Rohman, M. L. N., & Suji'ah, U. (2021). Kepuasan Konsumen Atas Kualitas

- Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum (Studi kasus pada konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta). *Journal Competency of Business*, 5(2), 64–76.
- Saputri, J., Nurwahida, & Sudirman. (2024). Menentukan Model Struktur Organisasi Untuk Setiap Ukuran dan Jenis Bisnis. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 28(12), 154–167.
- Smith, E. (2016). Perancangan Bauran Promosi Pada Usaha Makanan Perusahaan Pie Elis. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 560–566.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Ed. 1). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Suryani, Yateno, & Kurnia, D. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(3), 587–601.
- Syari, A. A., Amsar, M., Daulay, S. C. P., & Fitrah, A. (2025). Pasar persaingan sempurna. *Jurnal Manajemen Syariah*, 2(1), 156–162.
- Tridyanthi, K. A., Aidhawani, Fadillah, A., Annisa, A. S., & Suhairi. (2023). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dalam Pemasaran Global. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 151–158. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1614>
- Wahyudin, & Dasuki, R. E. (2022). Pentingnya Mengukur Tingkat Break Even Point (BEP) Bagi Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM). In *Gagasan dan Kiat Koperasi & UMKM Berkinerja* (hal. 169–180).