

### DAFTAR PUSTAKA

- Andriyawan, D. (2022, february 27). *Salapak Mikroshop Fasilitasi UMKM Tingkatkan Skill*. Diambil kembali dari <https://bandung.bisnis.com/read/20220227/549/1505402/salapak-mikroshop-fasilitasi-umkm-tingkatkan-skill>.
- Anwar, H. S. (t.thn.). *Pengembangan Umkm Masyarakat Bandung*, 102-121.
- Din. (2022, february 27). Diambil kembali dari *Salapak Mikroshop Fasilitasi UMKM Bandung Tingkatkan Skill*: <https://www.bandung.go.id/news/read/6149/salapak-mikroshop-fasilitasi-umkm-bandung-tingkatkan-skill>
- Ika Masruroh, R. A. (2021). Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia, 41-47
- Mailizar. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Desa Alue Sungai Pinang Kabupaten Aceh Barat Daya), 10-12.
- Nuramanah, S. (2022). *Efektivitas program pemberdayaan UMKM pada masa pandemi covid-19 di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung*, 1-10.
- Pattisahusiwa, H. M. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Dinas Koperasi Kota Makassar, 1- 8.
- Pelita Jabar. (2022, february 27). *Bantu UMKM, Salapak Mikroshop Gelar Pelatihan*. Diambil kembali dari <https://pelitajabar.com/bantu-umkm-salapak-mikroshop>.
- Redaksi. (2022, february 27). *Salapak Mikroshop Siap Membina dan Melatih UMKM Bandung : Cooking Class*. Diambil kembali dari <https://www.faktabandungraya.com/2022/02/salapak-mikroshop-siap-membina-dan.html>
- Susanto, E. (2022, maret 15). *Salapak Mikroshop Hadir Bangkitkan Kembali Kinerja Usaha UMKM Kota Bandung, Ini 10 Brand Fashion di Salapak*. (Ulfa Yunisari, 2023) (Edy Sambodja, 2024) Diambil kembali dari <https://indoartnews.com/kabar-bandung/5640/salapak-mikroshop-hadir-bangkitkan-kembali-kinerja-usaha-umkm-kota-bandung-ini-10-brand-fashion-di-salapak.html>.
- Tanjung, M. (2017). *Teori pemberdayaan*, 20-31.
- Tumija, T. (2022). *Peran Pemerintah dan Partisipasi Masyarakat dalam Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi COVID-19 di Cipageran, Cimahi*, 33-36.
- Vina Natasya, P. H. (2021). *Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM di Masa Pandemi*, 141-147. (Agustina Pertisia Ginting 1\*, 2019)

- MEUTHIA, A. (2019). Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan PEKERJA PERAHU PINISI DI KELURAHAN TANAH BERU KECAMATAN BONTOLAHARI KABUPATEN BULUKUMBA. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR*.
- Ahmad Mas'ari, M. I. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri Vol.5, No.2*.
- Ehen Hendrawan, P. A. (2023). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Melalui Program Salapak Di Dinas K-UMKM Kota Bandung. 4110-4117.
- Sari, N., Rizki, M., & Solihati, K. D. (2021). DAMPAK STIMULUS PEMERINTAH UNTUK UMKM PADA ERA PANDEMI COVID-19. 1-7.
- Ahmad Mas'ari, M. I. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. 79-85.
- Agustina Pertisia Ginting 1\*, M. H. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung. 1-3.
- Hariyatna Syaeful Umam1, A. Y. (2022). *Strategi Optimalisasi Smart Economy Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung*, 356-359.
- Dora, Y. M. (2023). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bandung Pasca Pandemi Covid 19. 2093-2196.
- Murni Sofiah, S. R. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm) . 123-128.
- Ulfa Yunisari, S. (2023). Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix 4p Pada Produk UMKM dalam Menarik Minat Konsumen. 12-18.
- Edy Sambodja, H. N. (2024). Penerapan Marketing Mix (4P) dan Analisis SWOT Terhadap Branding Produk Didukung dengan Manajemen Keuangan Kreatif pada UMKM Industri Kerajinan Batok Kelapa. 1-6.