

Daftar Pustaka

Darwanto. (2011). Membangun Nilai produksi UKM Dalam Perekonomian Nasional. *STIE Totalwin Semarang*, 21–30.

Hamdani, S. E. M. S. (n.d.). *MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT.* uwais inspirasi indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=aGwQEAAAQBAJ>

Haq, A. D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai produksi usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. *Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah*

<http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/5592/13>.

Artikel.pdf?sequence=13%5C&isAllowed=y

Kusuma, S. E., Fridayani, J. A., M, T. A. H., & Press, S. D. U. (2022). *Institusi Dan Organisasi: Pengenalan, Identifikasi Dan Analisis Dasar.* Sanata Dharma University Press. <https://books.google.co.id/books?id=QzVnEAAAQBAJ>

Lantu, D. C. (Sekolah B. dan M., Triady, M. S. (Institut T. B., Utami, A. F. (Sekolah B. dan M., & Ghazali, A. (Bina N. U. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Nilai produksi UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Pengembangan Model Peningkatan Nilai produksi UMKM Di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model*,

78.



& Purwardhani, A. L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai JMKM Kuliner Di Kota Semarang. *Serat Acitya*, 10(2), 142.

<https://doi.org/10.56444/sa.v10i2.2473>

Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). BPFE Yogyakarta.

Riyoko, S., & Lofian, B. (2021). Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Nilai produksi Umkm Di Jepara. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 113–120. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i2.482>

Romadhoni, B. R., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1074–1088. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2457>

Salim, M. N. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Nilai produksi Produk Konveksi UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(2), 42–46.

Spencer, M. H., & Amos, J. (1993). *Contemporary Economics*.

Sulistiyani, Pratama, A., & Setiyanto. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Nilai produksi UMKM*. 3(1), 31–39.

Susilo, Y. S. (2010). *Strategi meningkatkan nilai produksi umkm dalam menghadapi implementasi cfta dan mea*. 8(2), 70–78.

Tambunan, T. (2008). Ukuran Nilai produksi Koperasi Dan UKM. *Badan Perencanaan dan Nasional*, 1997, 1–30.



(2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: isu-isu penting*.

LP3ES. <https://books.google.co.id/books?id=m4huMwEACAAJ>

Tazki, T. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Buah di Kota Malang. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 38.

Triest, R. K. (2009). *The Economics of Subsidies for Community Development : A Primer*. 7. November, 10–20.

Winarno, B., & Ainy, R. (n.d.). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta (Studi Kasus Pada UMKM Kuliner)*.

Zuhal, Ridhwan, M., & Yuniarto F, I. (2010). *Knowledge and Innovation Platform Kekuatan Nilai produksi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=afwzgZweSFUC>

