

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, dan Indikator)*. Zanafala Publishing.
- Agustina, D. (2017). Fitur Social Commerce Dalam Website E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Informatika Mulawarman*, 12.
- Aini, N. N. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram @gartenhaus\_co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1.
- Akumindo. (2024). *Survei Kinerja UMKM 2024*. AKUMINDO.
- Alotaibi, T. S., & Alkathlan, A. A. (2019). Instagram Shopping in Saudi Arabia: What Influences Consumer Trust and Purchase Decisions? *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 10.
- Anatan, L. (2023). *Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia*. <https://doi.org/10.3390/economies>
- Anggadwita, G., & Dhewanto, W. (2016). The influence of personal attitude and social perception on women entrepreneurial intentions in micro and small enterprises in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 27(2–3), 131–148. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.073974>
- Anggadwita, G., Diani Suganda, G. A., Azis, E., & Profityo, W. B. (2021). *The Implementation of Technology Capabilities, Agile Leadership and Innovation Ambidexterity to Improve SMEs' Sustainability in Bandung*.
- Ardian, A., & Sary, F. P. (2024). Analysis of the Influence of Discipline, Competence and Workload on the Employee Performance at Kelas Pintar Startup. *International Journal of Social and Management Studies*. <https://doi.org/https://doi.org/10.5555/ijosmas.v5i1.381>
- Ardiansah, I. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UKM di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis Jurnal*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Survei Internet APJII 2023*. <https://Survei.Apjii.or.Id/>.
- Aurora, F., & Fretes, M. D. De. (2024). Pengaruh Promosi Live Selling Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Di Platform Tiktok Shop Tahun 2023. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4.
- Auzair, S., & Langfield-Smith, K. (2019). The Role of Competitive Pressure in Shaping Business Strategy and Performance in Small Firms. *Journal of Management Accounting Research*.

- Badan Pemeriksa Keuangan RI. (2021). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021*. Peraturan.Bpk.Go.Id. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Bandung Bisnis. (2023, October 3). *Jumlah Pedagang di Pasar Baru Bandung Menyusut, Sebagian Terjun ke e-Commerce*. Bandung.Bisnis.Com. <https://bandung.bisnis.com/read/20231003/550/1700501/jumlah-pedagang-di-pasar-baru-bandung-menyusut-sebagian-terjun-ke-e-commerce>
- Bandung Go. (2023, February 1). *Sister City Kota Bandung dan Petaling Jaya Kembangkan SDM dan UMKM*. Bandung.Go.Id. <https://www.bandung.go.id/news/read/7561/sister-city-kota-bandung-dan-petaling-jaya-kembangkan-sdm-dan-umkm>
- Bandung Insider. (2023, September 26). *Imbas Adanya TikTok Shop, Omzet Pedagang di Beberapa Pasar di Kota Bandung Alami Penurunan*. Bandunginsider.Com. <https://www.bandunginsider.com/bandung-raya/89310290534/imb-ada-nya-tiktok-shop-omzet-pedagang-di-beberapa-pasar-di-kota-bandung-alami-penurunan>
- Berita Usaha. (2022, November 4). *8 Produk Jualan Online Terlaris di Marketplace, Apa Saja?* Beritausaha.Com. <https://beritausaha.com/inspirasi-bisnis/produk-jualan-online/>
- Bessie, J. L. D., & Wie, W. E. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening. *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 17.
- Bisnis Tekno. (2022, October 3). *Tiktok Shop Jadi Social Commerce Paling Populer di Indonesia*. Teknologi.Bisnis.Com. <https://teknologi.bisnis.com/read/20221003/266/1583477/tiktok-shop-jadi-social-commerce-paling-populer-di-indonesia>
- Boardman, R., Blazquez, M., Henninger, C. E., & Ryding, D. (2019). *Social Commerce Consumer Behaviour in Online Environments*. Palgrave Macmillan.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Chandrarin, G. (2018). *Metode Riset Akuntansi*. Salemba Empat.
- CNBC Indonesia. (2021, March 26). *Sad! 30 Juta UMKM Gulung Tikar Karena Corona*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210326144212-4-233127/sad-30-juta-umkm-gulung-tikar-karena-corona>
- Daily Social ID. (2023, May 24). *Potensi Social Commerce untuk Bantu UMKM Perluas Kanal Distribusi Produk*. Dailysocial.Id. [https://dailysocial.id/post/potensi-social-commerce-untuk-bantu-umkm-perluas-kanal-distribusi-produk#google\\_vignette](https://dailysocial.id/post/potensi-social-commerce-untuk-bantu-umkm-perluas-kanal-distribusi-produk#google_vignette)
- Deloitte. (2015). *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia*. Deloitte.Com. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf>

- Dilshani, A. K. D. N., & Praveeni, S. M. N. (2022). Social Commerce Impact on Consumers' Purchase Intention among Generation-Z Consumers in Sri Lanka. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 6.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bandung. (2024). *Sistem Informasi Kewirausahaan Terintegrasi*. Sirkuit.Bandung.Go.Id. <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>
- Eraspace. (2023). *Mengenal Tren Social Commerce dan Dampaknya di Indonesia*. Eraspace.Com. <https://eraspace.com/artikel/post/mengenal-tren-social-commerce-dan-dampaknya-di-indonesia>
- Fahy, J., & Jobber, D. (2021). The Influence of Competitive Pressure on Small Firm Performance: Evidence from Emerging Markets. *Journal of Small Business Economics*.
- Fauzi, A., & Rizky, L. (2023a). Impact of Social Commerce on Fashion SMEs in Bandung. *Jurnal Teknologi Dan Kewirausahaan*.
- Fauzi, A., & Rizky, L. (2023b). Social Commerce Adoption in Fashion Industry: A Study in Indonesia. *Jurnal Pemasaran Dan Bisnis*.
- Fuad, P. F., & Hatammimi, J. (2024). Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis UMKM Kampung Wisata Kreatif Cibaduyut. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 1197–1214. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.9326>
- Ghina, A., & Galih Anugrah, L. (2022). Jurnal Mirai Management Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk Usaha Mikro di Bidang Pakaian (Studi Kasus: Wearkenya di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 372–391. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2007>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A., & Sari, D. (2022). The Impact of Social Commerce on Small Businesses in Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*.
- Harjanto, D., & Setiawan, B. (2020). Analisis Tantangan dan Peluang UMKM Fashion di Bandung dalam Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Hassan, S., Shahzad, A., & Abdullah, O. Y. (2022). The Impact of Social Media Usage on Small and Micro Social Commerce Enterprises in Malaysia. In *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* (Vol. 2022, Issue 1).
- Hidayat, K. A., & Martini, E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing pada Customer Engagement dan Dampaknya Terhadap Brand Loyalty di Buttonscarves. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 679–691. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.383>
- Indibizpay. (2023, August 11). *Pengaruh Social Commerce terhadap Pertumbuhan UMKM: Strategi Efektif dalam Menghadapinya*. Indibizpay.Id. <https://www.indibizpay.id/artikel/pengaruh-social-commerce-terhadap-pertumbuhan-umkm-strategi-efektif-dalam-menghadapinya>

- Investor Id. (2023, September 11). *Platform Social Commerce Dinilai Memberi Manfaat Dibandingkan Mengancam*. Investor.Id. <https://investor.id/business/340255/platform-social-commerce-dinilai-memberi-manfaat-dibandingkan-mengancam>
- Kata Data. (2023, September 27). *Sejarah Tiktok Shop, Kini Dilarang Jualan dan Transaksi di Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/sejarah-ekonomi/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok-shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia>
- Khan, M., & Akhtar, N. (2020). Competitive Pressure and Small Business Performance: The Moderating Role of Innovation Capabilities. *Journal of Business Venturing*.
- KlikLegal. (2023, November 26). *Problematika Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023 terhadap Eksistensi Social Commerce di Indonesia*. Kliklegal.Com. <https://kliklegal.com/problematika-peraturan-menteri-perdagangan-no-31-tahun-2023-terhadap-eksistensi-social-commerce-di-indonesia/>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2018-0425>
- Kumalasari, B. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 784–795.
- Kurniawati, E., & Santoso, H. (2022). Impact of Social Commerce on Fashion SMEs in Bandung. *Jurnal Teknologi Dan Kewirausahaan*.
- Kusuma, A., & Adi, B. (2022). Analisis Dampak Krisis Ekonomi terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Liputan6. (2023, May 30). *Social Commerce Naik Daun, Bagaimana Nasib E-Commerce?* Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5302725/social-commerce-naik-daun-bagaimana-nasib-e-commerce?page=3>
- Maryani, L., & Chaniago, D. H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 48.
- Millendra, F. (2022). *Pengaruh Kompetensi SDM dan Modal Finansial Terhadap Kinerja Usaha Kerajinan Sulaman di Desa Naras*.
- Morrison, M. A. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Salemba Empat.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Nielsen. (2023). *Laporan Tren Kinerja UMKM di Bandung 2023*. Nielsen.Com. <https://www.nielsen.com/id/insights/2023/need-for-consistent-measurement-2023-nielsen-annual-marketing-report/>
- Nielsen Digital Consumer. (2020, March). *Konsumen digital menunjukkan tren pertumbuhan yang positif*. Nielsen Media Indonesia. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/digital-consumers-show-positive-growth-trends/>
- Nifita, A. T., Hasbullah, H., & Siregar, A. P. (2022). Utilization of Social Commerce and Social Proof Marketing on Business Performance of Micro, Small and Medium Enterprises. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v4i2>
- Nugroho, A., & Irawati, D. (2019). Digital Transformation in SMEs: The Challenges and Opportunities in Bandung. *Journal of Small Business Management*.
- Odoom, R., Anning-Dorson, T., & Acheampong, G. (2017). Antecedents of social media usage and performance benefits in small- and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Enterprise Information Management*.
- Populix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia*. Info.Populix.Co. <https://info.populix.co/articles/report/the-social-commerce-in-indonesia/>
- Portal Bandung. (2022, February 25). *Efek Pandemi, UMKM dan Penjualan Digital Kota Bandung Tumbuh Pesat*. Bandung.Go.Id. <https://www.bandung.go.id/news/read/6142/efek-pandemi-umkm-dan-penjualan-digital-kota-bandung-tumbuh-pesat>
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Pratama, A., & Santoso, D. (2020). Dinamika Pasar dan Persaingan pada UMKM Fashion di Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Priyanto, D., & Wulandari, A. (2020). Industri Fashion sebagai Daya Tarik Wisata di Bandung: Studi Kasus pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*.
- Purba, E., Purba, B., & Syafii, A. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi UMKM: Antecedent dan Konsekuensi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1). <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2413>
- Purwiant, L., & Dila, W. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention pada Pembelian Produk Fashion melalui Social Commerce terhadap masyarakat Kota Batam. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1.

- Putra, H. P., & Indika, D. R. (2023). Analisis Technology Acceptance Model Pada Tiktok Shop di Kota Bekasi Pada Gen Z Dan Milenial. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 9.
- Qalati, S. A., Ostic, D., Sulaiman, M. A. B. A., Gopang, A. A., & Khan, A. (2022). Social Media and SMEs' Performance in Developing Countries: Effects of Technological-Organizational-Environmental Factors on the Adoption of Social Media. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221094594>
- R Rasti. (2019). *Mengembangkan Bisnis Fashion bagi Pelaku UMKM*. Mnews.Co.Id. <https://mnews.co.id/read/berita-lainnya/mengembangkan-fashion-bisnis-bagi-pelaku-umkm/>
- Rachmawati, T., & Susilo, A. (2019). Inovasi Produk dan Desain dalam Industri Fashion UMKM di Bandung. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi*.
- Rahmadiane, G. D. (2022). Analisis Pemanfaatan Social Commerce Bagi Pengembangan UMKM Di Indonesia. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 225. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i3.29114>
- Rahmawati, D., & Permana, R. (2020). Pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM Fashion di Bandung: Studi Kasus pada Penggunaan Media Sosial dan E-Commerce. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi*.
- Rasheed, A. A., & Nafiz, A. (2022). Factors Influencing the Adoption of Social Media Marketing by Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs) of the Maldives and its Impact on MSME Performance. In *International Journal of Social Research and Innovation* | (Vol. 6, Issue 1).
- Rerung, R. (2018). *E-Commerce : Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Robbins, S. (2018). *Perilaku Organisasi*. Gramedia.
- Sahabuddin, R. (2021). *Pengantar Statistika: jurusan Manajemen*. Liyan Pustaka.
- Salamiyah, N., & Sundari. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 2.
- Sandra, A. (2017). Pengaruh Faktor-faktor Eksternal dan Internal terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta. *Business Management Journal*, 11(1). <https://doi.org/10.30813/bmj.v11i1.623>
- Santora, J. (2021). *Social commerce guide: Everything you need to know for 2022*. <https://influencermarketinghub.com/social-commerce/>
- Sari, P., & Nugraha, R. (2019). Pariwisata Fashion di Bandung: Potensi dan Strategi Pengembangan. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*.
- Setiawan, Y., & Marsono, R. (2020). Manajemen Usaha pada UMKM Fashion di Bandung: Analisis Kelemahan dan Peluang Perbaikan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.

- Simatupang, T. (2018). Kreativitas dan Inovasi dalam Industri Fashion di Bandung. *Jurnal Manajemen Industri Kreatif*.
- Smith, J. (2020). Small and medium enterprises (SMEs) and social media. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 567–580.
- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 124. <https://doi.org/10.24912/jmie.v5i1.11104>
- Sudrajad, A. I., & Tricahyono, D. (2023). The Role of Digitalization Performance on Digital Business Strategy in Indonesia MSEM. *International Journal of Professional Business Review*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.2260>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Susanto, B., & Hadi, S. (2021). Social Commerce Utilization in Indonesian SMEs: A Case Study in Bandung. *Jurnal Pemasaran Dan Digital*.
- Susilo, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan Relatif Terhadap Kinerja UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Bandung*.
- Syaifulah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & Junaedi, J. (2021). Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 523–531. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0523>
- Tambunan, T. (2019). Challenges Faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Small Business Management*.
- Trawnih, A. A., Al-Adwan, A. S., Amayreh, A., Majali, T., & Al-Hattami, H. M. (2023). Investigating The Adoption Of Social Commerce: A Case Study Of SMES In Jordan. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 31–58. <https://doi.org/10.28945/5071>
- Turban, E., Whiteside, J., King, D., & Outland, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce Fourth Edition* (4th ed.). Springer Texts in Business and Economics.
- UKM Indonesia. (2023, July 8). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. [Ukmindonesia.Id. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia](https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia)
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (2020). *Landasan Teori Social Commerce dan Siaran Langsung*. E-Journal.Uajy.Ac.Id. <https://e-journal.uajy.ac.id/23869/2/16%2003%20231412.pdf>

- Universitas Bakrie. (2023). *Dari 3 Social Commerce di Indonesia Ini Mana yang Sering Kamu Gunakan?* Bakrie.Ac.Id. <https://bakrie.ac.id/articles/588-dari-3-social-commerce-di-indonesia-ini-mana-yang-sering-kamu-gunakan.html>
- Wahyudiati, D. (2018). *Pengaruh Aspek Keuangan dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kasongan.*
- Wahyuni, S., & Sara, N. (2018). The Role of Innovation in Enhancing Competitive Advantage of SMEs in Indonesia: Case Study of Bandung. *Procedia Economics and Finance.*
- Wangsa, I. H. S., Sulastris, S., Shihab, M. S., & Yuliani, Y. (2024). On being green in the social media interactivity's information seeking-sharing: Case of Generation Z in Indonesia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development, 8(7).* <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i7.4478>
- Wardhana, A. (2023). *Kewirausahaan dan UMKM di Era Digital 4.0* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Widiastuti, A., & Lestari, T. (2021). Transformasi Digital UMKM Fashion di Bandung: Tantangan dan Peluang dalam Era E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis.*
- Wimolsophonkitti, P., & Naipinit, A. (2024). Drivers and performance impacts of live streaming commerce adoption: Revolutionizing the e-commerce supply chain. *Uncertain Supply Chain Management, 12(3), 1479–1492.* <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.4.003>
- Yusof, M., & Ramdani, Y. (2020). Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM Kreatif di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Publik.*
- Zulaikha. (2020). *Bisnis UMKM Ditengah Pandemi.* Unitomo Press.