

## DAFTAR REFERENSI

- Agustina, R. (2022). *Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Kelas IX Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPN 54 Palembang*.
- Alkhaldi, A. S. (2024). *DAMPAK ADOPSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM: PERAN FAKTOR ORGANISASIONAL DAN LINGKUNGAN*. *February*, 4–6.
- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4888. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Annazwa, L., & Faradila, S. (2025). Strategi mikro bertahan di era makro guncang: Studi adaptasi UMKM. *Jimawa*, 5(1), 86–95.
- Antončič, B., & Auer Antončič, J. (2023). Editorial: Psychological determinants of entrepreneurial intentions and behaviors; contributions of Robert D. Hisrich to the field of entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1196889>
- Anwar, A. (2022). *Peran Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Cupang*. 13–27.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aris Ariyanto, Rejeki Bangun, M. R. M. I., Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, M. A., Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, D. S. P., & Amrin Mulia Utama, Syahputra, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Bekti Widyarningsih, Arivatu Ni'mati Rahmatika, A. (2024). *ANALISIS PENERAPAN ENTERPRENEURIAL SKILL DAN KUALITAS PRODUK PADA PENINGKATAN DAYA SAING DI UMKM PESONA BATIK JOMBANG*. 8(2).
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Depi, S. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SINYAASTUFF*. 2(2), 73–83.
- Djou, S. H. N., Husain, P. A., Lukum, M. M., & Ente, M. N. H. (2025). PENGARUH KAPASITAS INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM GORONTALO DIMEDIAS LINGKUNGAN BISNIS. *Ilmu Manajemen Dan Bisnis (JIMB)*, 13, 78–86.

- Donald F. Kuratko, Devin Burnell, Regan Stevenson, Emily Neubert, G. F. (2023). *Enacting entrepreneurial hustle*. Journal Pre-proof. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.06.007>
- Efiana Manilang, Ester Novita Desi, & Yosia Belo. (2024). Inovasi dan Kreativitas : Pilar Utama dalam Kewirausahaan. *Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82–92. <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v3i1.609>
- Eli Suherli, Wardaya, S. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Dengan Ikatan Jaringan Sosial Sebagai Variabel Moderasi: Analisis Umkm Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Mitra Bisnis*, 1–11. <http://icobuss-stiesia.ac.id/prod/index.php/icobuss1st/article/view/3>
- Elisabeth Simawartin Putri, R. T. (2025). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM*. 8(2), 58–66.
- Elita Sjoen, A., Sulistyaningsih, E., & Kunci, K. (2025). Optimalisasi Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9046–9055. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3324>
- Erlina, & Mulyani. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Alfabeta.
- Favour Oluwadamilare Usman, Azeez Jason Kess-Momoh, Chidera Victoria Ibeh, Akinola Elumakin Elufioye, Valentine Ikenna Ilojiana, & Oluwaseun Peter Oyeyemi. (2024). Entrepreneurial innovations and trends: A global review: Examining emerging trends, challenges, and opportunities in the field of entrepreneurship, with a focus on how technology and globalization are shaping new business ventures. *International Journal of Science and Research Archive*, 11(1), 552–569. <https://doi.org/10.30574/ijra.2024.11.1.0079>
- Fitriani, F., Darmayanti, E. F., Nasikah, D., Lelawati, N., & Ali, K. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Roti Cantik. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 18(2), 262–270. <https://doi.org/10.24127/jm.v18i2.2353>
- Fu, C. J., Silalahi, A. D. K., Yang, L. W., & Eunike, I. J. (2024). Advancing SME performance: a novel application of the technological-organizational-environment framework in social media marketing adoption. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2360509>
- Graciafernandy, M. A., Suhaji, S., & Widiastuti, T. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjualan: Keinovatifan dan Orientasi Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 37–47. <https://doi.org/10.37470/1.24.1.199>
- Hakim, L. (2024). *Lukman Hakim Ingatkan Pelaku UMKM Ultra Mikro Jangan Tinggalkan Etika dalam Berbisnis*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/01/22/lukman-hakim-ingatkan->

pelaku-umkm-ultra-mikro-jangan-tinggalkan-etika-dalam-berbisnis

- Hardianti, U. D., & Regency, P. (2025). *Tarjih : Agribusiness Development Analysis of Marketing Performance : A Case Study of Rice Marketing at. 05(01)*, 67–75.
- Hidayat, R., & Sari, L. (2023). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK PADA KINERJA BISNIS UMKM KOPI TEMANGGUNG. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 190–204.
- Hoesada, D. J. (2025). *Makalah UMKM 2025*. <http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/almizan/article/view/110/82>
- HUSNA, S. (2024). *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm Di Kota Medan*.
- IRNANDA, S. (2024). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PELAKU UMKM (Studi kasus UMKM Fashion di Kota Medan)*.
- Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 3(1), 184–190.
- Lestari, I. W. (2025). *10 Inovasi Anak Bangsa yang Bawa UMKM Indonesia Mendunia di 2025*. Good News from Indonesian. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/05/16/10-inovasi-anak-bangsa-yang-bawa-umkm-indonesia-mendunia-di-2025>
- Li, Z., & Islam, A. Y. M. A. (2021). Entrepreneurial Intention in Higher Vocational Education: An Empirically-Based Model With Implications for the Entrepreneurial Community. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211059179>
- Lintin, I. Y. (2023). *Data Penjualan FMCG: Kompas.co.id Ungkap Market FMCG di E-commerce Mencapai Rp57,6 Triliun Sepanjang 2023!* Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-fmcg-e-commerce-2023>
- Maimunah, & Jannah, M. (2024). Kinerja UMKM Melalui Prespektif Entrepreneurial Marketing dan Kapabilitas Inovasi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(5), 3445–3464.
- Maulana, N., Yulyani Fitri, Malahayatie, & Zulfahmi. (2023). Implementasi Korporasi, Kapasitas Dan Pembiayaan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Perekonomian Di Aceh. *Cendekia Niaga*, 7(2), 109–120. <https://doi.org/10.52391/jcn.v7i2.810>
- Ningrum, D. (2022). JURNAL KEWIRAUSAHAAN VOL. 8 No. 4, Juni 2022. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(4), 262–272.
- Novela, I., Hunik Sri Runing Sawitri, Asri Laksmi Riani, S. I., & Anastasia Riani Suprpti, M. H. (2024). Digital Literacy on SME Business Performance and The Mediating Role of Entrepreneurial Skills. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan*

- Manajemen*, 10(3), 847–857. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>
- Nurohman, Y. A. (2023). 132. *Innovation\_capabilities\_and\_performance\_of\_small\_a.pdf*. 1–9.
- Nuryakin, C. (2023). *Perlunya UMKM Terus Berinovasi, Pengamat Sebut Alasannya*. Tempo.Com. <https://www.kelasbersama.id/blog/perlunya-umkm-terus-berinovasi-pengamat-sebut-alasannya/>
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). “Pengaruh Sales Performance Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Divisi Marketing PT Soka Cipta Niaga Bandung. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Purwanti, & Gopar Purnama. (2025). Balanced Scorecard sebagai Instrumen Manajemen Strategis untuk Pertumbuhan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(2), 249–262. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.6219>
- Puspita Siswi Pratiwi, & Meka Abdillah Noor. (2025). the Role of Social Media Adoption and Innovation in Improving Business Performance in Umkm. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, April, 16–24. <https://doi.org/10.36713/epra20918>
- Rusmalia, N., Ratumbusang, M. F. N. G., Setiawan, A., & Supriyanto, S. (2024). Peran Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Mencapai Keberhasilan Usaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(3), 458–467. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n3.p458-467>
- Safitri, U. R., Rahmania Purwani, I., Fatmawati, F., Putri, A. N., Dita, F., Anjani, D., & Kurniati, W. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Melalui Aplikasi Di Desa Jelok. *Research and Academic Publication Consulting ) E-Journal E-ISSN*, 7(1), 8–12.
- Sahputra, A., & Aditya Darmawan, B. (2023). Faktor-faktor teknologi dalam adopsi media sosial dan dampaknya bagi kinerja UMKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(01), 55–68. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Samsudin, C. D. K. & A. (2025). *Pemberdayaan SDM Dalam Transformasi Digital Bidang UMKM di Kelurahan Kalisari Surabaya. 1*, 1156–1162.
- Sari, N. (2024). *11 Pengertian Kewirausahaan Menurut Para Ahli Beserta Tujuannya*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jogja/kota-pelajar/d-7479210/11-pengertian-kewirausahaan-menurut-para-ahli-beserta-tujuannya>
- Sari, S. (2024). Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Di UMKM Kota Depok. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 151–162. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.151-162>
- Selti Sephia, T. A. (2023). *ANALISIS PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KESUKSESAN WIRAUSAHA DI INDONESIA*. 4(2), 40–52.

- Septianto, A., Muryanto, H., & Taufik, A. (2024). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Online Di UMKM Desa Serdang Kulon. *Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 173–181. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL/article/view/38501>
- Shanmugavel, N., & Micheal, M. (2022). Exploring the marketing related stimuli and personal innovativeness on the purchase intention of electric vehicles through Technology Acceptance Model. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 3(September 2021), 100029. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100029>
- Sihura, H. K. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Umkm Di Era Digital. *Jurnal Education and Development*, 13(1), 703–706.
- Siti Khajar Ali, H. (2021). Entrepreneurship Dalam Surah Quraisy: Aplikasi Ma'na-Cum-Maghza. *Gramedia Pustaka Utama Gramedia Pustaka Utama*, 12–26.
- Sudarmadi, A., Safira, D. I., & Heryadi, D. Y. (2021). Aspek-Aspek Yang Melatarbelakangi Keberhasilan Dalam Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(1), 237. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i1.4808>
- Sujana, C., Firdaus, M. R., & Ahmad Rifani. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk, Promosi, Harga Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Kembali Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 12(3), 267–279. <https://doi.org/10.20527/jwm.v12i3.305>
- Tania, E. C., & Pratama, H. (2025). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga Kompetitif, dan Sosial Media Promosi terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Sektor Kuliner di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.47709/jebma.v5i1.5397>
- Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, J. J. L. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 5.
- Triani, A. P. (2024). Pengaruh Social Media Instagram, Beauty Influencer, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over Di Jakarta Selatan. *Universitas Nasional Jakarta*, 1–18. <http://repository.unas.ac.id/9732/>
- Wahida, N. (2025). *6 Cara Efektif Memanfaatkan Media Sosial untuk Promosi UMKM 2025*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/6-cara-efektif-memanfaatkan-media-sosial-untuk-promosi-umkm-2025/>
- Widyawati, N. (2024). Teori Dan Penerapan Bisnis Model Canvas Pada UMKM. In N. Widyawati (Ed.), *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Yadav, U. S., Vyas, S., Kanchan, Ghosal, I., & yadav, A. K. (2024). Impact of entrepreneurial leadership, Social media, digital technology, Entrepreneurial orientation and innovation on business performance in the handicraft sector: Talent management as mediating construct. *Journal of Innovation and*

- Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00434-z>
- Yasin, H. (2023). Penguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm. *Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 161–176. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v2i1.75>
- Zahara, Z. (2022). the Role of Entrepreneurial Marketing on Marketing Performance Through Marketing Capabilities of Smes. *Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 45–55. <https://doi.org/10.35590/jeb.v9i1.4373>
- Zainurossalamia ZA, M.Si Saida, D. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN, TEORI DAN STRATEGI*. Forum Pemuda Aswaja.