

DAFTAR REFERENSI

- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J., R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1). <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Andriani, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 115–126.
- Anggraini, D. (2022). Faktor Eksternal Yang Memengaruhi Strategi Pemasaran Digital UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 95–108.
- Antoni, A., & Karlin, K. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Literasi Keuangan, Dan Akses Pembiayaan Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Bisnis*, 2(3), 45–56.
- Arianto, B. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Azhari, A., Tanjung, M. A. J., Sagala, R. A., Manurung, W. C. S., & Hayati, Z. (2025). Strategi Inovasi dan Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. Makro: *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Cirera, Comin, D., Cruz, M., Lee, K. M., Martins-Neto, A., & Olarreaga, M. (2022). *Technology and Innovation in Firms: Evidence from the World Bank Enterprise Surveys*. World Bank Publications.
- Clauss, T., Breier, M., Kraus, S., Durst, S., & Mahto, R. V. (2021). Temporary business model innovation: SMEs' innovation response to the COVID-19 crisis. *R&D Management*, 52(2), 294–312. <https://doi.org/10.1111/radm.12498>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., & Wang, Y. (2021). Setting The Future Of Digital And Social Media Marketing Research: Perspectives And Research Propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., et al. (2021). Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions. *International Journal of Information Management*, 59.
- Eggers, F. (2020). Masters of Disasters? Challenges and Opportunities for SMEs in Times of Crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199–208.

- Emeraldo, R. (2020). Faktor-Faktor Internal Yang Memengaruhi Inovasi Produk Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 145–156.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1).
- Fajarika, D., Trapsilawati, F., & Sopha, B. M. (2024). Influential Factors of Small and Medium-Sized Enterprises Growth Across Developed and Developing Countries: A Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*
- Fauzan, M. (2023). Kepercayaan Dan Keterlibatan Konsumen Dalam Pemasaran Digital UMKM. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Informasi*, 5(3), 120–134
- Fauziah, F., & Suarantalla, R. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 4(2).
- Febrianti, F. (2025). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Menurunkan Pengangguran Dan Membuka Lapangan Kerja Di Kota Mataram. *Journal of Economics Development Research*, 1(2), 61–67. <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i2.98>
- Fernandes, C. I., Ferreira, J. J. M., Veiga, P. M., Kraus, S., & Jones, P. (2023). Does sustainable innovation respond to SME's growth? European empirical evidence. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1177/14657503231194263>
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Veiga, P. M., & Ferreira, F. A. F. (2022). Prevailing theoretical approaches predicting sustainable business models: A systematic review. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(3), 790–813.
- Fredrich, V., & Gudergan, S. (2022). Dynamic Capabilities, Internationalization and Growth of Small- and Medium-Sized Enterprises. *Management International Review*, 62(5), 611–642.
- Garcia-Martinez, L. J., Kraus, S., Breier, M., & Kallmuenzer, A. (2023). Untangling the Relationship Between Small and Medium-Sized Enterprises and Growth: A Review of Extant Literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (8th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). Pearson Education.

- Handayani, T. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Teknik Analisis Data. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 45–58.
- Handiwibowo, G. A., Nasution, A. H., Arumsari, Y. K., & Astuti, R. P. (2020). Strategic Fit Implication of Technological Innovation Capabilities for SMEs with New Product Development. *Management Science Letters*, 10(12), 2875–2882.
- Harahap, A. I., Harahap, D., & Cahyani, U. E. (2024). Pengaruh Akses Keuangan dan Digital Marketing terhadap Pertumbuhan UMKM dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3). DOI: 10.30651/jms.v9i3.22872.
- Hidayat, D. (2021). Peran Adopsi Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Dalam Memperkuat Keunggulan Bersaing Pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat Saat Pandemi. *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis*.
- Hidayat, R. (2020). Analisis Indikator Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 8(2), 112–124.
- Ilham (2021) *Teori Akuntansi: Pendekatan Konsep dan Analisis*. Jakarta: Grasindo.
- Ina, R. (2021). Faktor Internal Yang Memengaruhi Kepercayaan Konsumen Pada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(3), 120–133.
- Iqbal, M. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Peningkatan Penjualan Dan Pertumbuhan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 5(2), 134–145.
- Irnawati, D., & Anggapratama, R. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(1).
- Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Kangas, E. (2022). Marketing First? The Role of Marketing Capability in SME Growth. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dan Kontribusinya Terhadap Perekonomian Nasional Tahun 2023*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). *Intermediate Accounting* (17th Edition). Wiley.

- Kim, S. (2021). External Factors Influencing Small And Medium Enterprises Growth In The Digital Era. *Journal of Small Business Strategy*, 15(1), 45–59.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, and SMEs' Performance: Application of Firm Growth and Personal Wealth Measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(12).
- Kraus, S., Vonmetz, K., Bullini Orlandi, L., Zardini, A., & Rossignoli, C. (2023). Digital entrepreneurship: The role of entrepreneurial orientation and digitalization for disruptive innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 193, 122638.
- Kreiterling, C. (2023). Digital innovation and entrepreneurship: A review of challenges in competitive markets. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 49. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00320-0>
- Latifah, S. W., Jati, A. W., & Mudrifah. (2021). The Performance of MSMEs: A Comprehensive Approaches Based on Resource, Customers, Suppliers, and Characteristics of MSMEs. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*.
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social Media Marketing Strategy: Definition, Conceptualization, Taxonomy, Validation, and Future Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70.
- Lim, T. (2024). Product Innovation And Consumer Attraction In Competitive Markets. *Journal of Business Innovation*, 9(2), 88–100.
- Manthey, N., Cancellier, E. L. P. L., & Tezza, R. (2021). Product Innovation Performance: Analysis of Measures and Measurement Scales Applied to SMEs. *REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*.
- Mardiah, A., Lamsir, S., Amalia, Prihanto, P. H., & Mahmudin, T. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Usaha. *Jurnal Riset Laboratorium dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 1–12.
- Masitoh, E., Khoirunnisa, A., & Kurniati, S. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(4), 5621–5632.
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard. *Wacana Ekonomi*.

- Maylinda, S., & Sari, I. P. (2021). Optimalisasi Integrated Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran UMKM. *Journal of Applied Business and Economic*.
- Megananda, M., Apriandika, P., & A, S. F. (2025). Bersaing Di Dunia Digital: Mengoptimalkan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Penjualan UMKM. *SNCSR, 1*(2). <https://doi.org/10.38035/sncsr.v1i2>
- Muafi. (2020). A nexus among strategic orientation, social network, knowledge sharing, organizational innovation, and MSMEs performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 327–338. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.327>
- Musa, A. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 45–58.
- Nasution, H. Y. B., & Syafitri, M. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Burger Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(2).
- Notoatmodjo, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Novita, Y. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Kewirausahaan Sosial. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(2), 774–781. DOI: 10.35870/jemsi.v11i2.3868.
- Nurlinda, & Sinuraya, J. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- OECD & Eurostat. (2020). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation (4th Edition).
- Oslo Manual. (2020). *Guidelines For Collecting And Reporting Data On Innovation* (4th Ed.). OECD Publishing.
- Pratama, R. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Volume Penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 120–132.
- Primadhita, Y. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja UMKM Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital*, 3(1).
- Putri, T. E., & Andriansyah. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba. *JASS*.

- Putriasih, D. M., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Badung. *Buletin Studi Ekonomi*.
- Qohar, A., & Darmawan, D. (2024). Pengaruh Inovasi Model Bisnis Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Selma: Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 88–99.
- Raffi, M. (2023). Faktor Eksternal Dalam Mendorong Inovasi Produk UMKM Di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 6(1), 55–67.
- Raflizan, D. (2023). Interaksi Digital Dan Pengalaman Konsumen Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 6(2), 134–147.
- Saerang, R. T., Wangke, S. J. C., & Gunawan, E. M. (2021). Peran Inovasi Produk dan Orientasi Pasar dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal EMBA*
- Saodin, Yanti, M., Rizki, M. M., Hertina, Pratama, H., Rohilah, & Esterina. (2025). Strategi Pemasaran Bakso Ikan Ibu Asni: Inovasi Kemasan Dan Pemanfaatan Media Digital. *Celebes Journal of Community Services*, 4(1), 197–203.
- Sari, A. (2024). Transformasi Strategi Pemasaran UMKM Di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Informasi*, 5(1), 67–79.
- Sari, D., & Rahmawati, R. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Saura, J. R., Palos-Sánchez, P., & Velicia-Martín, F. (2022). Digital Marketing Strategies and Online Consumer Behavior: A Systematic Review. *Journal of Innovation & Knowledge*.
- Shalsabila, N., & Respati, N. W. (2024). Analisis Implementasi Enterprise Resource Planning Dan Pemasaran Digital Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 7587–7598.
- Shang, Y., Rehman, H., Mehmood, K., Xu, A., Iftikhar, Y., Wang, Y., & Sharma, R. (2022). The Nexuses Between Social Media Marketing Activities and Consumers' Engagement Behaviour: A Two-Wave Time-Lagged Study. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Sinambela, E. A., & Darmawan, D. (2025). Strategi Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, Dan Pengembangan SDM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1).

- Sugiarto, E. (2021). Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Riset Sosial dan Humaniora*, 6(1), 15–27.
- Suryana. (2020). *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. T. H. (2021). UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan. Prenada Media.
- Teece, D. J. (2021). Dynamic capabilities and strategic management in the digital age. *California Management Review*, 63(2), 5–27.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., et al. (2021). Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda. *Journal of Business Research*, 122.
- Veronica. Y., Lopian, S. L. V. H. J., & Karuntu, M. M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Perkembangan UMKM Di Kecamatan Kauditan Pada Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4).
- Wibawa, N. D., & Widiastini, N. M. A. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dalam Memediasi Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Di Kabupaten Buleleng. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1).
- Widayanti, A., & Nugroho, W. H. (2025). Pengaruh Inovasi, Strategi Pemasaran, Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM. *Jurnal Ilmu Kewirausahaan dan Ekonomi*, 7(1).
- Wiggins, C. D. (2022). Online Customer Engagement: A Practical Exploration of Antecedents and Metrics for New Content Marketers. *SN Business & Economics*, 2(18).
- Wiwoho, G., Suroso, A., & Wulandari, S. Z. (2020). Linking Adaptive Capability, Product Innovation and Marketing Performance: Results from Indonesian SMEs. *Management Science Letters*, 10(10), 2379–2384.
- Yanti, S. (2022). Faktor Eksternal Yang Memengaruhi Kepercayaan Konsumen Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 67–80.