

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. P., Mulyadi, H., & Widjajanta, B. (2018). KETERAMPILAN WIRAUSAHA UNTUK KEBERHASILAN USAHA. *Journal of Business Management Education*, 3(3), 111–122.
- Abidin, Z. Z., Rahayu, S. M., Pamungkas, M. G. W. E. N., Handayani, S. R., & Utami, R. B. (2022). Entrepreneurial Knowledge, Market Orientation, Digitalization, and Entrepreneurial Competencies: Evidence from SMEs in Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(2), 91– 103.
- Aditya Arie, H., & Muhammad Fikry, A. (2021). Development of synergistic between digitalization MSMEs and digital society in Indonesia. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science - Economics and Business Administration*, 11(2), 18–30. <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.en.11.2.1934.2021>
- Arie, A., & Fikry, M. (2021). Urgensi Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 57-64
- Budiman, I., Sunarya, E., & Ramdan, A. M. (2022). Analisis Kapabilitas Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Industri Makanan Di Kota Sukabumi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1452–1457. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.2577>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (8th Edition)*. John Wiley & Sons, Inc.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Willey & Sons, Inc.
- Castells, M. (2011). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Wiley-Blackwell.
- Charoensukmongkol, P., & Sasatanun, P. (2017). Social media use and communication style in cross-cultural adjustment: A case of Thai students in the U.S. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 25–34. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2016.10.001>
- Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). Exploring digital marketing resources, capabilities and market performance of small to medium agro-processors. A conceptual model. *Journal of Business & Retail Management Research*, 14(02), 1–14. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v14is02/art-01>
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 22–32. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.334>

- Chinitra, C., Jostin, K., & Tjitrawidjaja, C. (2019). Pengaruh kompetensi manajerial wirausaha terhadap niat membuat perusahaan baru inovatif dimediasi oleh efikasi diri kewirausahaan dan sikap kewirausahaan pada mahasiswa UPH konsentrasi wirausaha. Universitas Pelita Harapan.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Dahlen, M., Lange, F., & Smith, T. (2010). *Marketing Communications: A Brand Narrative Approach*. John Wiley & Sons.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Digital Coach. (2023). *Navigating the Future of Business with Digital Sales*. Digital Coach.
- Firdaus, F., & Fahrizal, F. (2021). Penerapan Media Sosial bagi Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.198>
- Frans Sudirjo, Rukmana, A. Y., Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Gemina, D., & Pitaloka, A. W. (2020). Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap Kewirausahaan Dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i1.2722>
- Ghassani, N. A., Chandra, Y. E., & Rosalina, E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan UMKM Dalam Menghadapi Covid-19 Di Kota Bogro. *Politeknik Negeri* https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/9837/3/Nurshabrina_Alin_AB_T_8A_Jurnal_Penelitian_2022.pdf
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gómez-Ortiz, O., Romera, E. M., & Ortega-Ruiz, R. (2019). Social competence and peer social acceptance: Evaluating effects of an educational intervention in adolescents. *Frontiers in Psychology*, 10, 748. doi:10.3389/fpsyg.2019.00748.
- Gunawan, G. G., & Sulaeman, M. (2020). Determining Factors in the Use of Digital Marketing and Its Effect on Marketing Performance in the Creative Industries in Tasikmalaya. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-*

- Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3), 2543–2550.
<https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1239>
- Handayani, S., & Fietroh, M. N. (2024). *Peran e-commerce dan kapabilitas inovasi dalam mempengaruhi kinerja umkm di kabupaten sumbawa*. 1–13.
- Hernita, R., & Ginanjar, S. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 123-135.
- Homburg, C., Klarmann, M., & Schmitt, J. (2010). Brand Awareness in Business Markets: When Is It Related to Firm Performance? *International Journal of Research in Marketing*, 27(3), 201-212.
- Hariyanto, M. E., & Soelaiman, L. (2021). Penerapan Customer Relationship Management... *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(3), 805–812.
- Hasanah, N., Utomo, M. N., & Hamid, H. (2019). Hubungan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha: Studi Empiris UMKM Di Kota Tarakan. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 27–38. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.27-38>
- Hasibuan, M. (2020). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Ilahi, A. A. A., Serang, S., & Suriyanti. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Cabang Sidrap. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 328–338. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5599>
- IMAN, A. N. U. R. (2021). *Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Ukm Kerupuk Ikan Di Kota Batam)*.
- Ina Ratnasari, S. E. (2021). *Digital Marketing pada Start Up dan UMKM: Praktik Melakukan Pemasaran Berbasis Digital Menuju UMKM Tangguh, Kompetitif dan Unggul di Era Revolusi Industri 4.0*. Absolute Media.
- Irfan, F. M., Suharto, S., & Hanif, H. (2023). Pengaruh Modal Usaha Dan Product Innovation Terhadap Eksistensi UMKM Dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1259–1278.
- I. F. Y. (2024). *TATA KELOLA PRODUKSI YANG SEIMBANG, MEMBANGUN KEBERLANJUTAN DAN EFISIENSI*. Cendikia MuliaMandiri

- Jones, D. E., Greenberg, M., & Crowley, M. (2015). Early social-emotional functioning and public health: The relationship between kindergarten social competence and future wellness. *American Journal of Public Health*, 105(11), 2283-2290. doi:10.2105/AJPH.2015.302630.
- Kadarisman, M. (2019). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 45-58.
- Kadin. (2024). *UMKM Indonesia*. Kadin.Id. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kadin, Indonesia. (2023). *Data dan Statistik UMKM*.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2021). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Journal of Business Research*, 129, 877–889. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.038>
- Layoo, N., & Rahman, W. (2019). Pengaruh orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha mikro kecil di Kabupaten Banggai. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 7(1), 29–44. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n1.p29-44>
- Lestari, R., Windarwati, H. D., & Hidayah, R. (2023). *The Power of Digital Resilience: Transformasi Berpikir Kritis dan Penguatan Kesehatan Mental Emosional di Era Disrupsi*. The Power of Digital Resilience: Transformasi Berpikir Kritis dan Penguatan Kesehatan Mental Emosional di Era Disrupsi. UB Press.
- Losada, J. L., Márquez, M., & Márquez, M. D. (2017). Social competence in childhood and adolescence: A conceptual model. *International Journal of Educational Psychology*, 6(2), 1-18. doi:10.17583/ijep.2017.2839.
- Luisandrith, D. R., & Yanuartuti, S. (2020). Interdisiplin: Pembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi Tik Tok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak. *Jurnal Seni Tari*, 9(2), 175–180.
- Maryanto, R. (2017). *Pengantar digital marketing: modul praktikum manajemen pemasaran berbasis IT* (Vol. 1). Rusmanto Self-publishing.
- Matt, D. T., Modrák, V., & Zsifkovits, H. (2020). Industry 4.0 for smes: Challenges, opportunities and requirements. In *Industry 4.0 for SMEs: Challenges, Opportunities and Requirements* (Issue March). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-25425-4>
- Meier, C., Sachs, S., Mcsorley, V., & Stutz, C. (2017). *Establishing a Digital Leadership Barometer for Small and Medium Enterprises*.

- Mudjahidin, M., Aristio, A. P., Balbeid, N. H., & Junaedi, L. (2024). The Influence of Social Media Sales Intensity and Competency on the Improvement of Business Performance Satisfaction in MSMEs. *Procedia Computer Science*, 234, 869–875. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.074>
- Munasaroh, S. A. (2021). Budaya Komunikasi Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Era New Media. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 82–96.
- Nuraisyah, N., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula). *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), 63–78.
- Payne, A., & Frow, P. (2021). Strategic customer management: Integrating relationship marketing and CRM (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Phiri, A. (2020). The Role of Digital Marketing in the Growth of Small and Medium Enterprises in Zambia. *International Journal of Business and Management Studies*, 12(2), 89-102
- Pituringasih, E., Asmony, T., & Basuki, P. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan Usaha Kecil Menengah dan Implikasinya terhadap Good Governance. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 2152. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i08.p20>
- Prabowo, H., Suwanda, D., & Syafri, W. (2022). *Inovasi pelayanan pada organisasi publik*. CV Remaja Rosdakarya.
- Prahendratno, A., Sari, F. P., Juliandy, C., Lubis, V. H., Ridwan, A., Munizu, M., Syamil, A., Sudalyo, R. A. T., & Prasetyaningrum, N. E. (2023).
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., Wicaksana, I., & Melani, A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja UMKM Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 49–61.
- Purwanti, I., Lailyningsih, D. R. N., & Suyanto, U. Y. (2022). Digital Marketing Capability and MSMEs Performance: Understanding the Moderating Role of Environmental Dynamism. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(3), 433–448. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.39238>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management*. Pearson.
- ROSMA, D. (2022). *Peran Digital Marketing Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada UMKM Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.

- Sasmitan, S. (2023). *SATU DATA INDONESIA TINGKAT KOTA SEMARANG*. <https://Data.Semarangkota.Go.Id/Data/List/9>.
- Sastradinata, B. L. N. (2024). *Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif*. Bumi Aksara.
- Satibi, I. (2023). *Manajemen Publik Dalam Perspektif Teoritik dan Empirik*. Unpas Press.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9(3), 185-211.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Skogby, S., Bratt, E. L., Johansson, B., Moons, P., & Goossens, E. (2021). Discontinuation of follow-up care for young people with complex chronic conditions: conceptual definitions and operational components. *BMC Health Services Research*, 21(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-07335-x>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sujatna, S.Sos., M. H. (2018). Inovasi Pengembangan Manajemen Kinerja Perpustakaan. *MADIKA: Media Informasi Dan Komunikasi*, 13–21.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Susdiani, L. (2020). Analisis pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM pada industri kreatif di kota padang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 450–465.
- Syahida, K. I. (n.d.). *Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Umrah Pada Azkia Tours And Travel, Tangerang Selatan*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication.
- TECHNOPRENEURSHIP: Ide dalam menggapai kesuksesan di era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. Sage Publications.

- Umar, S. (2023). *PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, TARIF PERPAJAKAN, TINGKAT PENDAPATAN, DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI KOTA SEMARANG*. Universitas Diponegoro.
- Uzzi, B. (1997). Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67.
- Wahid. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Melalui Digital Marketing. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 6475–6485.
- Wahyuningrum, R. (2018). Analisa Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 21(3), 275–290. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v2i1.370>
- Wilfarda, A. C., Ningtiyas, W. P., & Alimah, N. M. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
- Yoyo Sudaryo, S. E., MM, M., Efi, N. A. S., Yosep, M. A., SE, M., Nurdiansyah, B., & ST, I. N. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi.
- Yunarni, T. (2022). PENGARUH KAPABILITAS INOVASI, NILAI PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM CAFE DAN RESTO DI KOTA PONTIANAK. *BISMA*, 6(12), 2681–2694.
- Zed, E. Z., N, N. M. T., & Utami, S. N. (2024). Efektivitas Penjualan Online Vs Offline Terhadap Pengembangan Usaha Study Kasus Pt Turmanerika Sukses Bersama. *YUME : Journal of Management*, 7(2), 1014–1019.