

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. Z., Abu Bakar, A. R., & Ahmad, N. (2019). *Social media adoption and its impact on firm performance: the case of the UAE*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(1), 84–111.
- Aleandri, G., & Fiorentini, C. (2023). *Education And Technology During The Pandemic: The Autobiographical Laboratory For New Life Projects And For Lifelong Learning*. In *Inted2023 Proceedings* (Pp. 3691-3700). IATED.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219-231.
- Akifah, Andi. *Optimalisasi fungsi media sosial dalam pengembangan bisnis kuliner*. Kinesik 7.2 (2020): 91-102.
- Apidana, Y. H., & Rusvinasari, D. (2024). *Driving MSMEs' Performance: The Impact of Social Media Adoption, Innovation Capability, and Government Support*. *International Journal of Economics Development Research*, 5(3), 2478–2507.
- Arif, Rana Kamilah. *Pengaruh Kualitas Informasi, Daya Tarik, dan Frekuensi Postingan terhadap Efektivitas Konten TikTok* (Studi kasus konten berbagi pada akun TikTok@ ndshvv). Jakarta: UPN Veteran Jakarta (2020).
- Arianto, B., & Rani, R. (2024). *Etika Bisnis dan Profesi*. (Cetakan Pertama) Kalimantan Timur: Borneo Novelty Publishing
- Arikunto S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assidiqi, Muhamad Hasbi, and Woro Sumarni. *Pemanfaatan platform digital di masa pandemi covid-19*. Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana. Vol. 3. No. 1. 2020.
- Awa, H. O., Ojiabo, O. U., & Orokor, L. E. (2017). Integrated technology-organization-environment (TOE) taxonomies for technology adoption. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(6), 893-921.
- Azam. M.S., (2015). *Diffusion of ICT and SME Performance*. In *E-Services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations*. Published online: 07 Oct 2015; 7-290.
- Azhari, F. I., Harahap, I., & Tambunan, K. (2023). *Pengaruh kesesuaian nilai individu organisasi, pengembangan karir, dan pemberdayaan psikologis terhadap kepuasan kerja pada karyawan PT. Bank Muamalat KC. Balaikota Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 620-639.
- Azzahra, N., Utami, B. P., Arrafi, A., & Handayani, V. A. (2024). *The Influence of Post Frequency and Type of Platform Used on Follower Interest Levels*. *Jurnal Sintak*, 3(1), 43-47.

- Aulia Aziiza, A., & Nur Fadhilah, A. (2020). *Analisis Metode Identifikasi dan Verifikasi Kebutuhan Non Fungsional*. *Applied Technology and Computing Science Journal*, 3 (1), 13–21.
- Baig, M. I., Shuib, L., & Yadegaridehkordi, E. (2021). A model for decision-makers' adoption of big data in the education sector. *Sustainability*, 13(24), 13995.
- Blackwell, A., Bowes, L., Harvey, L. E. E., Hesketh, A. J., & Knight, P. T. (2001). Transforming work experience in higher education. *British Educational research journal*, 27(3), 269-285.
- Brodie, R. J., Benson-Rea, M., & Medlin, C. J. (2017). Branding as a dynamic capability: *Strategic advantage from integrating meanings with identification*. *Marketing Theory*, 17(2), 183–199
- Cao, Y., Ajjan, H., Hong, P., & Le, T. (2018). *Using social media for competitive business outcomes: An empirical study of companies in China*. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2), 211–235.
- Changalima, I. A., Israel, B., Amani, D., Panga, F. P., Mwaiseje, S. S., Mchopa, A. D., Kazungu, I., & Ismail, I. J. (2023). *Do internet marketing capabilities interact with the effect of procedural capabilities for public procurement participation on SMEs' sales performance?* *Journal of Public Procurement*, 23(3–4), 416–433.
- Donoriyanto, Dwi Sukma, et al. *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X*. *Jurnal Abdimas Peradaban 4.1* (2023): 42-50.
- Duggan, M., Ellison, N. B., Lampe, C., Lenhart, A., & Madden, M. (2015). Social media update 2014. *Pew research center*, 19(1), 1-2.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 1-15.
- Fahmi, Irham. 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Faturrahman, F., Subhan, E. S., & Shoalihin, S. (2025). Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 990-1008.
- Gaol, N. L. D. H. L. (2021). *Pengaruh kepemimpinan spiritual dan spiritualitas tempat kerja terhadap organizational citizenship behavior dengan kesesuaian nilai dan religiusitas sebagai pemoderasi (studi pada sekolah tinggi teologi di sumatera utara)* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Ghozali, I. (2021). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos*. Universitas Diponegoro Press.

- Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano, S. (2023). *Transformasi bisnis di era digital: Teknologi informasi dalam mendukung transformasi bisnis di era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Herman, F., & Budianto, A. (2024). Components of Social Media Marketing Capabilities That Support The Marketing Performance of Micro Small to Medium Enterprises (MSMEs). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 15(1), 181-193.
- Herlalang, E., & Kautsar, I. A. (2022). Rancang Bangun Fitur Chat Pada Eportofolio Berbasis Web. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 7(3), 780-791.
- He, W., Wang, F. K., Chen, Y., & Zha, S. (2017). *An exploratory investigation of social media adoption by small businesses*. *Information Technology and Management*, 18(2), 149–160.
- Hidayat, A., Sari, W. I., Wahyuni, R. A., Luthfi, A. M., & Nofiana, L. (2022). *Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Bagi Warga Desa Karangnunggal*. *Dedikasi PKM UNPAM*, 3(1), 67–72.
- Jayadi, S. E. S., Nurhalisa, S., & Suyuti, S. (2025). *Strategi Pemanfaatan Platform Digital Untuk Optimalisasi Interaksi Tatap Muka Dan Daring Dalam Blended Learning*. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(4), 794-802.
- Karnelia, V., & Aliya, S. (2024). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Di Pt Pupuk Sriwidjaja Palembang. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(5), 1587-1598.
- Kartini, K., Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2022). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136-140.
- Karundeng, M. C., Taruna, H. F. M., & Sianipar, A. N. (2024). *Pengembangan Vlog Edukatif: "Unity in Diversity" Sebagai Upaya Peningkatan Literasi Global*. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 581-592).
- Komalasari, E., Nurmasari, N., Al Munaya, R., & Melati, R. G. (2025). Transformasi digital UMKM: Kapabilitas teknologi informasi komunikasi dan kapabilitas keuangan digital dalam meningkatkan kinerja bisnis pada usaha kuliner Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 380-393.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi Keempat belas. Cetakan Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Listyarso, A. 2005. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran dan Kinerja Perusahaan Dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderating*. *Jurnal Ekonomi*. vol. 7, no. 5. pp. 1230-1245

- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Lubis, N. W. (2023). Resource Based View (Rbv) Dalam Meningkatkan Kapasitas Strategis Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 14-26.
- Mardinawati, M., Adhiani, B., Sumanto, S., Santosa, T. B., & Makom, M. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 6(1), 58.
- Maggio, L. A., Tannery, N. H., Chen, H. C., ten Cate, O., & O'Brien, B. (2013). *Evidencebased medicine training in undergraduate medical education: a review and critique of the literature published 2006–2011. Academic Medicine*, 88(7), 1022-1028.
- Maradesa, N. C., Karamoy, H., & Kalangi, L. (2020). Analisis kapabilitas aparat pengawasan intern pemerintah (APIP) daerah Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing" GOODWILL"*, 11(1).
- Marolt, M., Zimmermann, H. D., & Pucihar, A. (2022). Social media use and business performance in SMEs: The mediating roles of relational social commerce capability and competitive advantage. *Sustainability*, 14(22), 15029.
- Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2023). How to boost your firm's digital marketing capability? *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2), 305–318.
- Morissan. (2010) *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Edisi Pertama) Jakarta: Prenada Media hal 70
- Musdalifah, M., & Indriani, N. (2017). Pengaruh intensitas penggunaan smartphone terhadap interaksi sosial mahasiswa Politeknik Negeri Samarinda. *Prosiding Snitt Poltekba*, 2(1), 143-147.
- Museliza, V., Rahma, S., & Suryadi, N. (2023). *The Literacy Importance of Halal Certification Socialization for Micro , Small and Medium Enterprises in Pekanbaru City Literasi Pentingnya Sosialisasi Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Pekanbaru. 1*, 122–130.
- Nasrullah, R. (2015). Teori media sosial (perspektif komunikasi, kultur, dan sosio teknologi). *Simbiosis Rekatama Media*.
- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1(2), 127-143.
- 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*, 30(3), 383–399.
- Octavia, N. (2023). *Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Intervening* (Studi pada UD Mauliya Alumunium Kabupaten Demak) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Oktaviani, M., Rosmaniar, A., & Hadi, S. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan (size) dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(1).
- Philip, K., Hermawan, K., & Iwan, S. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi: Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House. *Jurnal common*, 3(1), 71-80.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi: Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House. *Jurnal common*, 3(1), 71-80.
- Puspita, Yuanita Candra. "Analisis kesesuaian teknologi penggunaan digital payment pada aplikasi ovo." *Jurnal Manajemen Informatika* 9.2 (2019): 121-128.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). Teori dan Praktik Pemasaran Syariah. *Raja Grafindo Persada*.
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Array. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417-1427.
- Qalati, S. A., Li, W., Ahmed, N., Mirani, M. A., & Khan, A. (2021). *Examining the factors affecting sme performance: the mediating role of social media adoption. Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–24.
- Qalati, S. A., Yuan, L. W., Khan, M. A. S., & Anwar, F. (2021). *A mediated model on the adoption of social media and SMEs' performance in developing countries. Technology in Society*, 64(July 2020), 101513.
- Rachmatsyah, T. H. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 164-173.
- Rahayu, N. C., Hidayat, H. S., & Laily, D. W. (2023). *Implementasi Lean Canvas Sebagai Alat Strategis Dalam Pemecahan Masalah Pada Umkm Kaamelo. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 64–76.
- Ratnasari, M. A. (2023). Faktor Teknologi Terhadap Adopsi Big Data Pada Era Transformasi Digital. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 18(2), 309-324.

- Retnowati, M. S., Aziz, M. A., & Alqudri, Q. (2023). *Sosialisasi dan Pendampingan Pembuatan Legalitas UMKM Graciata Taylor Penerima Modal Kerja Laziz Asfa*. 2(2), 45–50.
- Riani, N. (2017). *Model perilaku pencarian informasi guna memenuhi kebutuhan informasi* (studi literatur). *Publication Library and Information Science*, 1(2), 14-20.
- Ridwan, A., Marfuah, A., Mustofa, S., Santoso, S., Juhaeri, J., & Sachro, S. (2022). *Meningkatkan Penjualan UMKM Binaan Program Jabar Juara Kota Depok Melalui Optimalisasi Target Market*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 2(1), 78-84.
- Rimawan, M. (2022). *Membangkitkan UMKM Kerupuk Singkong Desa Tonggorisa Di Masa Pandemi Covid19 Melalui Sosialisasi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan*. *Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 177–182.
- Rudiansyah, R., & Swalaganata, G. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial terhadap Efektivitas Penjualan dan Jangkauan Pasar AR Snakehead Fish di Kotawaringin Barat. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2753-2757.
- Sanjaya, M. L. T., & Nasvian, M. F. (2024). Interaktivitas Netizen 24 Jam Pasca Deklarasi Bacapres AMIN. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 106-122.
- Siti Muslikhah, Maisaroh, Tri Lestari Wahyuning Utami, Khoirina Noor Anindya, & Mellisa Fitri Andriyani Muzakir. (2023). *Digitalization of Business Profile to Promote Qualified Marketing System of SMEs' Product*. *Asian Journal of Community Services*, 2(8), 653–662.
- Siswan, S. (2024). *Analisis Peran Kesesuaian Nilai, Kemitraan Dengan Pihak Eksternal Terhadap Pembangunan Berkelanjutan Dengan Dimoderisasi Efektivitas Integrasi Program CSR Di Provinsi Sulawesi Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Fajar).
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Vrawati, D. M. (2019). *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. *Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 161–173.
- Setiawan, Y. G. (2024). Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Konten Youtube Deddy Corbuzier Periode 2022. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 6(2).
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). *Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM*. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.

- Sudarti, K., & Wardhiani, O. (2021). Peran kapabilitas interaksi dan kreasi nilai bersama untuk meningkatkan kinerja pemasaran. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(3), 227.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Susanto, P., Hoque, M. E., Shah, N. U., Candra, A. H., Hashim, N. M. H. N., & Abdullah, N. L. (2023). *Entrepreneurial orientation and performance of SMEs: the roles of marketing capabilities and social media usage*. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 379–403.
- Sutopo, H. Peran Penting Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis. *Manajemen Pemasaran*, 15. Lamb, C.W., Hair, J.F. and McDaniel, C., (2018). *MKTG 12: Principles of Marketing*. 12th ed. Boston: Cengage Learning.
- Syaifulah, J., Wibiyanto, A., & Sudarmaji, S. (2024). Penyimpangan Psikologi Komunikasi Pada “Angel” Dalam Prostitusi Online Platform Twitter Di Kota Solo. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 14-24.
- Tambunan, T. S. (2023). *Analisis peran pemerintah daerah mendukung UMKM naik kelas*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 1(2), 135–145.
- Utiahman, S. A., Idris, N. O., Adam, N., Dai, S. O., Anwar, R., Suleman, N., Suleman, F., & Thalib, M. K. (2022). *Pembuatan dan Pelatihan Media Promosi Jasa Jahit Berbasis Android pada Alisya Collection*. Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian, 2(2), 367
- Thara, F. B., & Slamet, M. R. (2020). *Pengaruh pengetahuan dan kompatibilitas terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Managerial Accounting (JAMA)*, 4(1), 122–131
- Yu, W., Ramanathan, R., & Nath, P. (2017). *Environmental pressures and performance: An analysis of the roles of environmental innovation strategy and marketing capability*. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 160–169.
- Wahjono, S. I., Mariana, A., Maro'ah, S., & Widayat. (2020). *Pengantar Bisnis* (Edisi ke-2). Jakarta: Prenadamedia Group. 153 & 205
- Walisah, T. (2019). Audiens dalam periklanan: Sebagai target market. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 5(2).
- Wahyuliarmy, A. I., & Sari, C. A. K. (2021). Intensitas penggunaan gadget dengan interaksi sosial. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 5(2), 100-114.
- Wahyuliarmy, A. I., & Sari, C. A. K. (2021). Intensitas penggunaan gadget dengan interaksi sosial. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 5(2), 100-114.

- Wang, Z., & Kim, H. G. (2017). *Can social media marketing improve customer relationship capabilities and firm performance? Dynamic capability perspective*. *Journal of Interactive Marketing*, 39, 15–26.
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis segmenting, targeting, positioning dan marketing mix pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1), 12.
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, 15(2), 79-88.
- Wiratama, K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan akuntansi dan kompatibilitas terhadap minat umkm dalam menggunakan aplikasi si apik. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(01), 58-69.
- Zainurrafiqi, Z., & Rachmawati, R. (2019). *Pengaruh Etika Bisnis, Faktor Kontingensi Dan Tingkat Penggunaan Internet Terhadap Daya Saing*. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2 (4), 550–571.
- <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- <https://jakarta.bps.go.id/id/publication/2024/10/25/d7f893f63c7e566242e11543/profil-industri-mikro-dan-kecil-provinsi-dki-jakarta-2023.html>
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250708154447-4-647323/penjahit-seragam-sekolah-di-pasar-sunan-giri-sepi-order-omzet-anjlok>
- <https://www.kompas.id/artikel/penjahit-pasar-mayestik-berharap-pesanan-baju-lebaran-ramai-tahun-ini>
- <https://kumparan.com/kumparantravel/pasar-baru-wisata-belanja-warga-jakarta-yang-multikultural>
- <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- <https://jakarta.bps.go.id/id/publication/2024/10/25/d7f893f63c7e566242e11543/profil-industri-mikro-dan-kecil-provinsi-dki-jakarta-2023.html>
- https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuatprogram-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis?utm_source=chatgpt.com