

BIBLIOGRAPHY

- Adimaja, M. (2025, February 27). Komitmen Pemerintah Melindungi Anak di Ruang Digital. *Komdigi*.
<https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital>
- Ahmad, S. Z., Bakar, A. R. A., & Ahmad, N. (2018). Social Media Adoption and Its Impact on Firm Performance : The Case of The UAE. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(1), 84–111.
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2017-0299>
- Akbar, M. F. (2025). *Strategi Pengembangan UMKM Kopi Bubuk di Kota Padang*. [Skripsi]. Universitas Andalas.
- Alfarizqi, R., Mappatoba, M., & Khatimah, H. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri Sofie Localfood di Kota Palu. *Jurnal Pembangunan Agribisnis*, 1(1), 43–51.
- Almujadidi, M., Sopingi, I., & Musfiroh, A. (2025). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Keuangan Terhadap Peningkatan Omzet Bagi Pelaku UMKM. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 6(3), 148–158.
- Anindya, S., & Agustin, A. H. (2024). Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. *Jurnal Media Akademik*, 2(12), 1–13.
- Aotama, R. C., & Mawuntu, P. S. T. (2023). Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM Kota Tomohon di Era New Normal. *Jurnal Ekobistek*, 12(1), 466–472. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.409>
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT.OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2), 2580–2895.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.413>
- Arman, Husna, Fitri, & Arhim, M. (2025). Pengaruh Legalitas Usaha, Umur Usaha dan Tingkat Pendidikan Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM Pangan Olahan di Kabupaten Majene. *Wanatani*, 5(2), 142–156.
- Asrul. (2025). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja Penjualan UMKM di Era Digital. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(3), 164–170.
- Awunyo-Vitor, D. (2018). Theoretical and Conceptual Framework of Access to Financial Services by Farmers in Emerging Economies: Implication for Empirical Analysis. *Acta Universitatis Sapientiae, Economics and Business*, 6(1), 43–59. <https://doi.org/10.1515/auseb-2018-0003>
- Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and Medium-size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint. *Journal of Banking & Finance*,

30(11), 2931–2943.

Bennett, P. D. (1995). *Dictionary of Marketing Terms* (P. D. Bennett (ed.); 2nd ed.). NTC Business Books.

BPS. (2024a). *Profil Industri Mikro dan Kecil Tahun 2024*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/09/16/a83f105e49377d0a7434e62a/profil-industri-mikro-dan-kecil-2024.html>

BPS. (2024b). *Statistik E-commerce 2023*. 6, 1–114.

Brodie, R. J., Coviello, N. E., & Winklhofer, H. (2008). Contemporary Marketing Practices research program: A review of the first decade. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(2), 84–94.

Dewi, I. K., R.Pandin, M. Y., & GS, A. D. (2022). Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pengelolaan Keuangan. *JEAI7: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 23–36. <https://doi.org/10.30996/jeai7.v7i01.6551>

Diana, Hakim, L., & Fahmi, M. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Di Tangerang Selatan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.67-74>

Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi A. R., N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 42–49. <https://doi.org/10.54783/vw5kdw78>

Durkin, M., Mc Gowan, P., & Mc Keown, N. (2013). Exploring Social Media Adoption in Small to Medium-Sized Enterprises in Ireland. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 716–734.

Fadilah, N., Aliah, N., & Purnama Lubis, H. (2022). Analisis Pengaruh Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Desa Kelambir Lima Kebun Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 1–21.

Fajarwati, D. (2020). Tipe-Tipe E-Commerce. In *Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul*.

Febriani, S., & Harmain, H. (2023). Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Perkembangan UMKM Serta Peran Dewan Pengurus Wilayah Asprindo Dalam Perkembangan UMKM Di Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1275–1290. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1624>

Fiqri Zulfikar Sutarso, A. B., Al Ghifari, A., & Rohendi. (2025). Perubahan Paradigma Pemasaran Konsep Tradisional vs Kontemporer. *BISMA: Business and Management Journal*, 03(03), 190–196.

Fitriyani, W., Julianti, B. P., Indra, A. N., Sari, S. R., Febrian, M. R., & Nurhayati, E. (2024). Penggunaan Bahasa Dalam Promosi Bisnis Di Media Sosial: Meningkatkan Penjualan yang Menguntungkan. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 7(5), 203–2031.

- Fonseka, K., Jaharadak, A. A., & Raman, M. (2022). Impact of E-commerce Adoption on Role Moderating Business Performance of SMEs in Sri Lanka ; Moderating Role of Artificial Intelligence. *International Journal of Social Economics*, 49(10), 1518–1531. <https://doi.org/10.1108/IJSE-12-2021-0752>
- Fosenka, M. ., Yang, X., Jiaotong, X., & Gao-liang, T. (2013). Does Accessibility to Different Sources of Financial Capital Affect Competitive Advantage and Sustained Competitive Advantages? Evidence from A Highly Regulated Chinese Market. *The Journal of Applied Business Research*, 29(4), 963–982.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Universitas Dipenogoro.
- Hair, J. F., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In L. Fargotstein (Ed.), *Women Entrepreneurs* (Third edit). SAGE.
- Hair, J. F., Risher, J., Sarstedt, M., & M.Ringle, C. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (H. Mintardja (ed.); 1st ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hermawan, K. Y. A., & Purnamawati, I. G. A. (2021). Literasi Keuangan sebagai Moderasi Pengaruh Akses Permodalan dan Payment Gateway terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 414–426.
- Heryadi, D. Y., Ekowati, D., & Chusumastuti, D. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 94–107.
- Huda, N. (2025). *Pengaruh Finetech Terhadap Pertumbuhan UMKM di Kota Palopo: Peran Kepercayaan Pelaku UMKM Sebagai Variabel Moderasi*. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Palopo.
- Hussain, A., Shahzad, A., & Hassan, R. (2020). Organizational and Environmental Factors With The Mediating Role of E-commerce and SME Performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040196>
- Ibrahim, M. I., Keat, O. Y., & Abdul-Rani, S. H. B. (2017). Government Support Policy as a Potential Moderator on the Relationship between Entrepreneurial Orientation, Contemporary Marketing and SMEs Performance in Nigeria : A Proposed Framework. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(10), 32–42. <https://doi.org/10.12816/0039069>
- Indrati, R., & Gardjito, M. (2014). *Pendidikan Konsumsi Pangan: Aspek Pengolahan dan Keamanan* (1st ed.). Kencana Prenadamedia.
- Ismanu, S., & Kusmintarti, A. (2019). Innovation and Firm Performance of Small and Medium Enterprises. *Review of Integrative Business & Economics*

- Research*, 8(2), 312–323. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- J. Teece, D. (2020). Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth. *Strategic Management Journal*, 6(41), 987–1002.
- Jalil, F., Maria Fatimah, J., Bahfiarti, T., & Ikhwan, F. (2025). Transformasi Digital Usaha Kecil : Studi Kasus Pemasaran Media Sosial Toko Roti Lokal. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(4), 1625–1637.
- Jane, O. (2022). *Strategic Management* (R. Trisnadewi (ed.); 1st ed.). PT Refika Aditama.
- Kadin Indonesia. (2025). *UMKM Indonesia*. Kadin.Id. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Kelley School of Business*, 53, 59–68.
- Kembang, L. P., Mahmud, & Samsumar, L. D. (2021). Pengaruh Sosial Media Pemasaran Terhadap Penjualan Hasil Industri Kerajinan Tenun Songket Rumahan di Lombok Tengah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1).
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 91–107.
- Kompas. (2024). *Indeks Bisnis UMKM BRI Triwulan III-2024: Ekspansi Bisnis Melambat, Daya Beli Perlu Penguatan*. Kompas.Com. <https://biz.kompas.com/read/2024/11/05/133024328/indeks-bisnis-umkm-bri-triwulan-iii-2024-ekspansi-bisnis-melambat-daya->
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 4.0 : Bergerak Dari Tradisional ke Digital* (A. Tarigan (ed.); 10th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2009). *Marketing Management (Fifth)*. Prentice Hall.
- Kurniawan, R., Manurung, A. H., Hamsal, M., & Kosasih, W. (2020). Orchestrating Internal and External Resources To Achieve Agility and Performance: The Centrality of Market Orientation. *Benchmarking: An International Journal*, 28(2). <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2020-0229>
- Lestari, L., Ginting, B., & Zaini, O. K. (2017). Pengaruh E-commerce terhadap Volume Penjualan pada Online Shop Aneka Kemeja Pria Bekasi. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 1(2).
- Lindiatatie, & Shahreza, D. (2024). Hambatan dan Peluang Pemanfaatan E-commerce Untuk Perdagangan Internasional Pada Usaha Kecil Menengah di Depok Jawa Barat. *Jurnal Program Studi Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 66–78. <https://doi.org/10.25139/dev.v8i2.7624>
- Maelani, P., & Yusyama, A. Y. (2025). Meningkatkan Promosi Sentra UMKM Domas dengan Pemasaran Digital Etnolinguistik Menggunakan Media

- WhatsApp. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 4(1), 350–358.
- Makiso Urugo, M., Yohannis, E., A. Teka, T., Fekadu Gemed, H., B.Tola, Y., Fikreyesus Forsido, S., Tessema, A., Suraj, M., & Abdu, J. (2024). Addressing Post-Harvest Losses Through Agro-Processing for Sustainable Development in Ethiopia. *Journal of Agriculture and Fodd Research*, 18.
- Margareta, A., & Mandasari, J. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan dan Minat menggunakan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Sumbawa. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 1485–1500.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial : Konsep-konsep Kunci* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Mastuti, R., Supristiwendi, & Andika. (2018). Pengaruh Skala Usaha, Biaya Pakan dan Penggunaan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Peternak Ayam Broiler Pedaging di Kecamatan Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Penelitian: Agrisamudra*, 5(1), 75–83.
- Memarista, G., Gunawan, E. T., & Kristina, N. (2023). E-Commerce Usage and Indonesian MSME'S Performance. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 10(2), 846–860. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.48062>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi* (N. S. Nurbaya (ed.); 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Ningsih, S. K. (2023). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,33% di 2023, ini Faktornya*. Okezone. Finance. <https://economy.okezone.com/read/2023/08/08/320/2860506/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-5-33-di-2023-ini-faktornya>
- Novaldo, A. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Perkembangan Usaha (Survey Pada Pengusaha Kerupuk Ikan Sentra Olahan Ikan Desa Baru Kecamatan Manggar Belitung Timur)*. [Skripsi]. Universitas Komputer Indonesia.
- Nurasmi, Wahida, A., & Mammings, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 625–637. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962>
- Nurdiana, Azis, I., & Fitri. (2024). Pengaruh Penggunaan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Makassar. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 256–266.
- Nurhayani, & Sunaryo, D. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer* (Q. Media (ed.); 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Nurhayati, U., & Munawaroh, M. (2025). Analisis Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan di Kalangan Wirausaha. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 171–183.

- Nursam, N. (2017). Manajemen Kinerja. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 167–175. <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.438>
- Perindustrian, K. (2023). *Kemenperin Dorong IKM Pangan Penuhi Standar Kualitas Ekspor*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-dorong-ikm-pangan-penuhi-standar-kualitas-ekspor>
- Piliang, L. H. (2024). UMKM Penggerak Roda Perekonomian Nasional. *Public Administration Journal*, 8(1), 1–8.
- Putra, M. R. A., Nuzula, N. F., & Mawardi, M. K. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Akses Keuangan Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 84–94.
- Putri, C. A., Diana, N., & Marwadi, M. C. (2021). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Kinerja Manajerial Pada Perusahaan Dagang di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(02), 1–12.
- Putri, N. T., & Sinaga, S. A. (2024). Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keberlangsungan Bisnis UMKM. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(3), 473–478.
- Qatimah, H., & Widianita, R. (2025). Integrasi Keuangan Mikro Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Melalui Tabungan Utsman di Kota Bukittinggi. *Baitul Maal: Jurnal of Sharia Economics*, 2(3), 263–272.
- Rahadi, D. R., & Farid, M. M. (2021). *Monograf: Analisis Variabel Moderating* (P. A. C & M. Muslih (eds.); 1st ed.). CV. Lentera Ilmu Mandiri.
- Raja Kiswandi, F., Cesario Setiawan, M., & Ghifari Alif, M. (2023). *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia*. 1(4), 154–162.
- Rekarti, E., & Doktoralina, C. M. (2017). Improving Business Performance: A Proposed Model for SMEs. *European Research Studies Journal*, 20(3), 613–623. <https://doi.org/10.35808/ersj/732>
- Ristic, D., Bender, D., Jaeger, H., Heinz, V., & Smetana, S. (2024). Towards a Definition of Food Processing : Conceptualization and Relevant Parameters. *Food Production, Processing and Nutrition*, 6(79), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s43014-024-00256-2>
- Romli, N. A., Lena, S. V. V., Tingga, C. P., Sugiat, M. A., Widiati, E., Lile, D., Kusuma, C. S. D., Sherly, Pertiwi, W. N. B., Sidabutar, N., Sefudin, A., Trenggana, A. F. M., Sinaga, O. S., & Anggraini, N. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya* (A. Sudirman (ed.); 1st ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Rusdi, Armiani, & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, Ecommerce Dan Website Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Tenun Di Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 169–177. <https://doi.org/10.69503/econetica.v4i2.312>

- Safii, A. A., & Anom, L. (2021). Peran Moderasi Financial Access Pada Pengaruh Human Capital Dan Social Capital Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 14(1), 36–49.
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286–299. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i2.23293>
- Sanistasya, P. A., Rahardjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Small Enterprises Performance in East Kalimantan. *Jurnal Economia*, 14(1), 48–59.
- Santoso, S. (2014). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 21(02), 330–337.
- Seo, A. Y., & Kaleka, M. U. (2024). Peran Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian dan Pembangunan Kabupaten Ngada. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 13(1), 28–36.
- Sholichin, Ismanilda, Sineke, J., Srimati, M., & Sastri. (2025). *Buku Ajar Ilmu Pangan* (I. Zumarano (ed.); 1st ed.). PT Nuansa Fajar Cemerlang Jakarta.
- 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.
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Ikram, M. (2024). *Aplikasi Smart PLS 4.0 Untuk Statistisi Pemula*.
- Sirait, E., Siregar, S. E., Kasrim, Tammubua, M. H., & Sekamdo, M. A. (2025). Analisis Media Sosial dan Marketplace Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(September), 4312–4324. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1844>
- Siregar, A. J., Aryani, A. D., Utami, D. A., & Nurbaiti. (2025). Penerapan Penggunaan Pembayaran Digital Qris Pada UMKM. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 344–353.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sambal Di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); Edisi ke-2). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Surya, A. (2021). Analisis Faktor Penghambat UMKM Di Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 342–350. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.354>
- Syafitri, Y., Irwandi, Sulaimawan, D., Astika, R., & Susianto, D. (2022). Penguatan Kapasitas SDM / UMKM Pengembangan Industri Pangan Lokal Tahun 2021 pada Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung. *JAMSI: Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 183–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jamsi.198>
- Syaifullah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & Junaedi, J. (2021). Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 523–531. <https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0523>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenadamedia Group. <https://perpus.utdi.ac.id/book/16971/umkm-di-indonesia-perkembangan-kendala-dan-tantangan>
- Triyadi, A. (2021). Desain Kemasan Bolu Susu Lembang Sebagai Upaya Meningkatkan Promosi Kuliner Bandung. *Jurnal Universitas Ardhirajasa*, 2(1), 16–25.
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-commerce, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Geliat Investasi Dalam Pusran Pandemi: Membaca Celah Pemulihan Ekonomi Nasional Di Era New Normal*, 1, 287–300.
- Wijaya, W., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-commerce dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 84–93.
- Wijayanti, I. (2024). *Peranan Perempuan Terhadap Pendapatan Keluarga Melalui UMKM Olahan Pangan Makanan Ringan Di Desa Purwodadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah*. Universitas Lampung.
- Wijayanto, G., Jushermi, Nursanti, A., Novandalina, A., & Rivai, Y. (2024). The Effect of E-commerce Platforms, Digital Marketing, and User Experience on Market Reach and Competitiveness of Indonesian MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 811–823. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.492>
- Wismanjaya, K. A., & Werastuti, D. N. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan, Motivasi, dan Minat menggunakan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 12(1), 137–148.
- Yanti, V. Y., Zunarti, R., & Indriyani, S. (2025). Systematic Literature Review :

- Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Modern Pada UMKM. *The Asia Pacific: Journal of Management Studies*, 12(2), 115–130.
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yuli Hartanto, H. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(1), 323–334. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/39254>
- Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2025). Pengembangan Platform E-commerce dan Konten Media Sosial untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran UMKM Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan (JURANTAS)*, 2(3), 200–210.
- Zahrani, Y., Ginanjar Putri, M. T., & Maghfiroh, Q. (2023). Inovasi Desain Kemasan dan Logo Sebagai Media Promosi Produk UMKM Warung Makan Bakmi +62. *Darma Cendekia*, 2(2), 149–157.

