

DAFTAR PUSTAKA

- Ardimansyah & Hansen T. (2024). Adopsi Social Media Marketing oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Manajemen Business Innovation Conferemce-MBIC*. Vol.7.
- Ainin, et al., (2015). Factors Influencing the Use of Social Media by SMEs and It's Performance Outcomes. *Industrial Management & Data System*.
- Ahmad, S. Z. et al., (2018). Social Media Adoption and Its Impact on Firm Performance: The Case of the UAE. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. DOI <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2017-0299>
- Alghamdi, O. A. (2024). Exploring the Link Between Social Media Adoption and Saudi Arabia SME's Sustainable Performace: The Moderating Role of COVID-19. *Sage Journal*, 1-20.
- Al Halbusi, H. et. al., (2022). Exploring Social Media Adoption in Small and Medium Enterprises in Iraq: Pivotal Role of Social Media Network Capability and Customer Involvement. *Technology Analysis and Strategic Management*.
- Alkateeb, M. A. & Rania, A. A. (2021). Social Media Adoption and its Impact on SMEs Performance A Case Study of Palestine. *Studies of Applied Economics*. Vol 39-7. DOI: 10.25115/eea.v39i7.4872
- ANTARA. (2023). UMKM DIY Memiliki Peran Signifikan dalam Perputaran Ekonomi Daerah. Diakses pada <https://jogja.antaranews.com/berita/653466/umkm-diy-miliki-peran-signifikan-dalam-perputaran-ekonomi-daerah>
- ANTARA. (2024). Indeks Persaingan Usaha di Indonesia Meningkat pada 2023. Diakses pada <https://www.antaranews.com/berita/3910701/indeks-persaingan-usaha-di-indonesia-meningkat-pada-2023>
- Apidana, Y. H. et al., (2024). Social Media Usage on MSME's Performance: The Moderating Role of Innovation Capability. *Jurnal Manajemen*.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. (2023). Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Ardimansyah & Hansen, T. (2024). Adopsi Social Media Marketing oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Journal of Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, Vol. 7.

- Ardito et al., (2021). "The Duality of Digital and Environmental Orientations in the Context of SMEs: Implications for Innovation Performance." *Journal of Business Research* 123: 44–56.
- Azhar, S. W. et al., (2022). Pengaruh Sosial Media dan Search Engine Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol. 4, No. 1.
- Bouargan, M. et al., (2020). The Utilization of Social Media by Small and Medium Food Vendors in Brunei Darussalam. *International Journal of Asian Business and Information Management*. Vol. 11 No.1.
- Bumi Jokel Jogja. (2024). Pelatihan Batik Ecopriny Pengembangan Ekonomi Kreatif Kelurahan Bumijo. Diakses dari <https://bumijokel.jogjakota.go.id/detail/index/33802>
- Cao Yingxia et al., (2018). Using Social Media for Competitive Business Outcomes An Empirical Study of Companies in China. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 15 No. 2.
- Chatterjee. S. (2020). Internet of Things and Social Platforms: An Empirical Analysis from Indian Consumer Behavioural Perspective. *Behaviour and Information Technology*. Taylor & Francis Journals. Vol. 39 No. 2. DOI 10.1080/0144929X.2019.1587001
- Chatterjee. S., et. al. (2022). SME Entrepreneurship and Digitalization – The Potentialities and Moderating Role of Demographic Factors. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol. 179. DOI <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121648>
- Cheng, C. C., & Shiu, E. C. (2019). How to Enhance SMEs Customer Involvement Using Social Media: The Role of Social CRM. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. Vol. 37 No. 1. DOI <https://doi.org/10.1177/0266242618774831>
- Desk DIY. (2024). AFF 2024: Menghidupkan Karya Ecoprint di Yogyakarta. Diakses dari <https://deskdiy.pikiran-rakyat.com/seni-hiburan/pr-3078873788/aff-2024-menghidupkan-karya-ecoprint-di-yogyakarta>
- Dinas Koperasi dan UKM DIY. (2024). Master Data UMKM. Diakses dari https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm
- Dinas Perindustrian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Yogyakarta. (2023). Transformasi Digital Meningkatkan Daya Saing Pelaku UKM di Era Modern. Diakses dari <https://perinkopukm.jogjakota.go.id/detail/index/30307>

- Dinkominfo (2024). Pelatihan Ekosistem Digital Dorong UMKM Melek Media Sosial. Diakses dari <https://dinkominfo.jogjakota.go.id/detail/index/33983>
- Domma, F. & Lucia, E. (2023). The Impact of Social Media Adoption on Innovative SMEs' Performance. *International Review of Applied Economics*. Vol. 32 No3. DOI <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080/02692171.2023.2205108>
- Dwivedi, A. & Nicholas P. (2023). Examining the drivers of marketing innovation in SMEs. *Journal of Business Research*, Vol. 155, Part B.
- Ebrahim, R. S. (2020). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty. *Journal of Relationship Marketing*, 19(4), 287–308. <https://doi.org/10.1080/15332667.2019.1705742>
- Economics UMY. (2024). Bantu Atasi Permasalahan UMKM DIY, FEB UMY Inisiasi Jadi Pelaku Pengembangan UMKM. Diakses pada <https://economics-feb.umi.ac.id/bantu-atasi-permasalahan-umkm-diy-feb-umi-inisiasi-jadi-pelaku-pengembangan-umkm/>
- Elisa, B. B. (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Studi Kasus pada Toko Sembako Rayyan di Tegal Besar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember. Diakses pada <http://digilib.uinkhas.ac.id/35368/1/Skripsi%20Full%20Fiks.pdf>
- Fatchuroji, A., Sabihaini, & Heri T. S. (2020). Pengaruh Perencanaan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah yang Dimediasi Strategi Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 18 No. 1. <https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jiab/article/view/10449/5674>
- Febriansyah, R. Y. & Fajar, S. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Adopsi Media Sosial terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 Sektor Kuliner). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 17 No 1. DOI <https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.1.1-10>
- Ferdiansyah, A. & Eri, B. (2021). Pengaruh Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM *Fashion* di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*. Vol. 17 No. 2.
- Ghozali, I. (2015). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, D. A. et al., (2022). Pengaruh Manfaat Relatif, Efektivitas Biaya, dan Dukungan Manajemen terhadap Penggunaan Media Sosial serta Dampaknya bagi Kinerja

- UMKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol. 01, No. 01, 2022, pp. 357-368. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Hadinata, A. W. & Lina, S. W. (2024). Strategi *Public Relations* UMKM dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik Bulan Pekalongan melalui Sosial Media. *Journal Syntax Idea*. Vol. 6 No. 06.
- Halbusi A. H. et al., (2022). Exploring Social Media Adoption in Small and Medium Enterprises in Iraq: Pivotal Role of Social Media Network Capability and Customer Involvement. *Technology Analysis and Strategic Management*. DOI: <https://doi.org/10.1080/09537325.2022.2125374>
- Hamdy, A. et. al. (2025). Digital Transformation and The Quality of Accounting Information Systems in the Public Sector: Evidence from Developing Countries. *International Journal of Financial Studies*. Vol. 13 No. 1. DOI <https://doi.org/10.3390/ijfs13010030>
- Harian Jogja. (2023). Ekonomi DIY Triwulan II 2023 Tumbuh 6,16 Persen, UMKM Jadi Penopang Utama. Diakses pada https://ekbis.harianjogja.com/read/2023/09/06/502/1147571/ekonomi-diy-triwulan-ii-2023-tumbuh-616-persen-umkm-jadi-penopang-utama#google_vignette
- Hartanto, H. Y. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*. Vol. 9 No.1.
- Heryadi, D. Y. et al., (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol. 5 No. 1.
- Jogja Dataku. (2024). Data Kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Diakses dari https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm
- Jogja Invest. (2023). Peluang Investasi Sektor Ekonomi Kreatif. Diakses dari <https://jogjainvest.jogjaprov.go.id/web/investasi/sektor-ekonomi-kreatif/>
- Kemenparekraf. (2024). Siaran Pers: Menparekraf Dorong Kota Yogyakarta Diajukan Masuk Jaringan Kota Kreatif UNESCO. Diakses dari <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dorong-kota-yogyakarta-diajukan-masuk-jaringan-kota-kreatif-unesco>
- KR Jogja, (2019) DIY Penyumbang PDB Ekonomi Kreatif Terbesar. Diakses dari <https://www.krjogja.com/bantul/1242546234/diy-penyumbang-pdb-ekonomi-kreatif-terbesar>

- Kurnia, K. A. & Baziedy, A. D. (2024). Meningkatkan Kinerja UMK melalui Adopsi Media Sosial: Mengungkap Peran Konteks Teknologi. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Vol. 03 No. 01.
- Liputan 6. (2024). Jumlah UMKM Yogyakarta Tembus 340 Ribu, 75% sudah go digital. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5545207/jumlah-umkm-yogyakarta-tembus-340-ribu-75-sudah-go-digital?page=3>
- Mastarida, F. (2022). Dampak Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*. Vol. 3 No. 3. DOI <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1188>
- Mellinia. R.A. & Shinta. W. H (2022). ANALISIS PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM FASHION DI KOTA BATAM. *Journal of Applied Business Administration* 6:132-141. Diakses dari <https://survei.apjii.or.id/>
- Menko Perekonomian. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Diakses pada <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Noviaristanti, S. et al., (2023). Social Media Usage Impacts on SME's Firm Performance: Evidence from West Java, Indonesia. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol. 9. No. 2. DOI <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.9.2.285>
- Nurlia et al., (2014). Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM: Peran Moderasi Kemampuan Dinamis pada UMKM di Kecamatan Balikpapan Utara. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol. 5, No. 6. DOI <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i5>
- Obeso et al., (2020). "Knowledge Management Processes and Organizational Performance: The Mediating Role of Organizational Learning." *Journal of Knowledge Management* Vol. 24 (8): 1859–1880.
- 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. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2016-0088>
- Padi, A & Alhassan M. (2024). Leveraging Social Media For Enhanced Profitability and Growth: Evidence From Small and Medium Scale Enterprises (SMEs) in Ghana. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol. 10 No. 2. DOI <http://doi.org/10.17358/IJBE.10.2.455>

- Perdagangan Jogja. (2019). Mengawal Trend Fashion, Disperindag Kota Yogyakarta Laksanakan Bimtek Desain dan Pewarnaan Batik, Jumputan dan Ecoprint. Diakses pada <https://perdagangan.jogjakota.go.id/detail/index/809>
- Perinkopukm Jogja. (2023). Transformasi Digital Meningkatkan Daya Saing Pelaku UKM Di Era Modern. Diakses pada <https://perinkopukm.jogjakota.go.id/detail/index/30307>
- Pratiwi, M. I. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERLAMBATAN EKONOMI SEKTOR UMKM. *Jurnal Ners*, Vol.4, 30–39.
- Qalati, S.A., Li, W., Vela, E.G., Bux, A., Barbosa, B., & Her zallah, A.M. 2020. Effects of Technological, Organizational, and Environmental Factors on Social Media Adoption. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 7 No. 10.
- Raditya, A. (2024, Januari 11). Indeks Persaingan Usaha di Indonesia meningkat pada 2023. Diakses dari <https://www.antaranews.com/berita/3910701/indeks-persaingan-usaha-di-indonesia-meningkat-pada-2023>
- Rini, M. N. & M. Rifki S. (2018). Strategi Media Sosial untuk Pengembangan UMKM. *JUTEI*. Vol 2 No. 2. DOI 10.21460/jutei.2018.22.125
- Ritonga, M. P., dan Komala D. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* Vol. 1, no. 4, 10-19.
- Rizky, A. (2020). Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial untuk Pacu Penjualan saat Pandemi. *Katakata.co.id*. Diakses dari <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5efdb7a7bea69/survei-54-umkm-pakai-media-sosial-untuk-pacu-penjualan-saat-pandemi>
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York; London: Free Press. Vol. 10 No. 3, 1- 26.
- Sabihaini, & Eko Prasetyo, J. E. (2020). Competitive Strategy and Business Environment on SMEs Performance In Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Management (IJM)*, 11(8), 1370–1378. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.8.2020.125>
- Sabihaini, et. al. (2021). Influence of Digital Marketing, Knowledge of Information Technology on The Financial Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs). *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*. Vol. 1 No. 3. DOI: <https://doi.org/10.31098/bmss.v1i3.316>

- Sahputra, A., & Darmawan, B. A. (2023). "Faktor-Faktor Teknologi dalam Adopsi Media Sosial dan Dampaknya bagi Kinerja UMKM". *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol. 2 No. 1, 55–68
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sheshadri, C. (2020). Internet of Things and Social Platforms: An Empirical Analysis from Indian Consumer Behavioural Perspective. *Taylor & Francis Journals*, Vol. 39 No. 2.
- Si Bakul Jogja. (2022). Cara Membuat Batik Jumputan yang Mudah. Diakses pada <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/blog/batik-happy-callista/cara-membuat-batik-jumputan-yang-mudah-dipraktikkan/>
- Si Bakul Jogja. (2023). Desa Brontokusuman: Ekonomi Kreatif Melalui Batik Ecoprint Diakses dari <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/blog/pasarkotagede/desa-brontokusuman-ekonomi-kreatif-melalui-batik-ecoprint/>
- Si Bakul Jogja. (2023). 3 Jenis UMKM di Yogyakarta yang Usahanya Berkembang Pesa Diakses dari <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/blog/pasarkotagedeyia/3-jenis-umkm-di-yogyakarta-yang-usahanya-berkembang-pesat/>
- Sibuea, N. et al., (2023). Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Kinerja Perusahaan. *All fields od Science J-LAS*. Vol. 3 No.4.
- Sijabat, R. (2020). Analysis of e-government services: A study of the adoption of electronic tax filing in Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 23 No. 3. <https://doi.org/10.22146/jsp.52770>
- Silviana Batubara, et al. (2022). Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2 No. 1, 1025-26.
- Soelaiman, L.& Anastasia R. U. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram dan Dampaknya terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 5, No. 1. DOI <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11104>
- SP. (2023). UMKM DIY Memiliki Peran Signifikan dalam Perputaran Ekonomi Daerah. Diakses dari <https://jogja.antaranews.com/berita/653466/umkm-diy-miliki-peran-signifikan-dalam-perputaran-ekonomi-daerah>

- Tajvidi, R. & A. Karami. (2021). The Effect of Social Media on Firm Performance. *Computers in Human Behavior*. Vol. 115. DOI 10.1016/j.chb.2017.09.026
- Tarsokoo, P. & Charoensukmongkol, P. (2019). Dimensions of Social Media Marketing Capabilities and Their Contribution to Business Performance of Firms in Thailand. *Journal of Asia Business Studies*. Vol. 14 No. 4 DOI 10.1108/JABS-07-2018-0204
- Tempo. (2019). Istimewanya Batik Ecoprint di Kampung Brontokusuman. Diakses dari <https://www.tempo.co/hiburan/istimewanya-batik-ecoprint-di-kampung-brontokusuman-yogyakarta-706591>
- Warta Kota Jogja. (2024). Fashion Show Dukungan Karya UMKM Yogya. Diakses dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/34890>
- Warta Jogja Kota. (2024). Pemkot Dorong UMKM Kota Yogya Naik Level. Diakses dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/35101>
- Waskithoaji, Y. & Baziedy, A. D. (2022). Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Vol. 01. No. 02.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D., & Fitroh, F. (2021). "Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram terhadap Perkembangan Digital Marketing". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2), 163–179.
- Wibowo, A. (2023). Internet of Thing (IoT) dalam Ekonomi dan Bisnis Digital. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Yasin, M. M. & Cory, V. (2024). Implementasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM Fashion Batik Fractal. *MONEY: Journal of Financial and Islamic Banking*. Vol. 2 No. 2.
- Yuliady, F. & Nur, M. E. M. (2023). Marketing Mix Dalam Pemasaran Digital Brand Hijab Rayyah Dan Peran Brand Hijab Rayyah Dalam Industri Kreatif Sub-Sektor Fashion. *Manajemen IKM*. Vol. 18 No. 1.
- Yuliaty, T., Cut Sarah S., & Muhammad Rafi A. (2020). Strategi UMKM dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus pada PT. Muniru Burni Telong. *Journal Management, Business, and Accounting* Vol. 19, no. 3.
- Yasin, M. M. & Cory Vidiati. (2024). Implementasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM Fashion Batik Fractal. *MONEY: Journal of Financial and Islamic Banking*, Vol. 2, No. 20.