

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, N. C., & Faradina, H. (2023). The influence of market orientation, innovation, and competitive advantage as intervening variable on marketing performance of culinary MSMEs in Purwokerto.
- Algumzi, A. (2022). Impact of digital marketing on SMEs performance in Saudi Arabia: Implications on building NEOM.
- Alraja, M. N., Khan, S. F. H., Khashab, B., & Aldaas, R. (2020). Does Facebook commerce enhance SMEs performance? A structural equation analysis of Omani SMEs. *SAGE Open*.
- Antara News. (2024). *Pemerintah percepat digitalisasi UMKM menuju 30 juta UMKM digital*. <https://www.antaranews.com>
- Astuti, M., & Handayani, T. (2021). Inovasi produk, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UKM olahan singkong di Cibadak. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 85–97.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan kinerja pemasaran melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan perekonomian Indonesia: Digitalisasi UMKM dan ekonomi digital*. <https://www.bi.go.id>
- Dahmiri, D., Junaidi, J., Johannes, J., Yacob, S., & Indrawijaya, S. (2024). The impact of market orientation on marketing performance: Exploring the moderating role of competitive advantage. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 164–174. <https://doi.org/10.3846/BTP.2024.20174>
- Deloitte. (2023). *Global marketing trends 2023*. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com>
- Fatimah, S. E., Johari, R. J., Komara, A., & Maulany, S. (2024). Market and entrepreneurial orientations model to increase product innovation of culinary micro small medium enterprises in Indonesia. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(4), 1646–1657. <https://doi.org/10.55214/25768484.V8I4.1536>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares (SmartPLS 4.0)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Singh, S., Kaur, R., & Dana, L. P. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publication.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas produk, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen*.
- Hazzam, J., Dobson, P., Singh, B., Ibrahim, B., & Aljarah, A. (2025). Digital marketing capabilities and SME performance: The influence of market orientation and the complementarity effect on customer relationship management capabilities. *Emerald Insight*.
- Hendriawan, K. A., Trianasari, T., & Telagawati, N. L. W. S. (2024). Pengaruh karakter kewirausahaan, digital marketing dan e-commerce terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM sektor kuliner di Buleleng. *Jurnal Manajemen*.
- Kartika, H. (2021). The role of social media marketing, product innovation and market orientation on marketing performance: An empirical study on SMEs in Banten. *Jurnal Manajemen*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (n.d.). *UMKM hebat, perekonomian nasional meningkat*. Direktorat Jenderal Perbendaharaan. Diambil 28 September 2025, dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). *Target 30 juta UMKM masuk ekosistem digital*. <https://www.kominfo.go.id>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (n.d.). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. Diambil 20 Maret 2025, dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Transformasi digital UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional*. <https://www.ekon.go.id>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024a). *Perkembangan UMKM go digital di Indonesia*. <https://www.kemenkopukm.go.id>

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024b). *Transformasi UMKM menuju Indonesia Emas*.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2025). *Laporan perkembangan digitalisasi UMKM Indonesia 2025*. <https://www.kemenkopukm.go.id>

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan e-commerce dan pemasaran digital UMKM Indonesia*. <https://www.kemendag.go.id>

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025). *Program pengembangan produk UMKM kreatif dan business matching global*.

Kementerian UMKM RI. (2025, 15 Juli). Kementerian UMKM sebut 65,5 juta UMKM serap 119 juta tenaga kerja. *ANTARA News*. <https://www.antaranews.com/berita/4968741/kementerian-umkm-sebut-655-juta-umkm-serap-119-juta-tenaga-kerja>

Kompas.com. (2024). *Kemenkop UKM siapkan lima fondasi transformasi UMKM*. <https://umkm.kompas.com>

Kompas.com. (2025). *PRABU Expo 2025 dorong transformasi teknologi dan daya saing produk UMKM*. <https://biz.kompas.com>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.

Lubis, N. W., Rini, E. S., Lumbanraja, P., & Sembiring, B. K. F. (2024). Enhancing marketing outcomes with innovative indigenous products: A case study of SMEs supported by P3UD in Deli Serdang, North Sumatra. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 1064–1077. <https://doi.org/10.62754/JOE.V3I7.4262>

Lukiyana, & Yusuf, N. M. (2022a). Digital marketing, e-commerce, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Tanjung Priok. *Jurnal Manajemen*.

Lukiyana, L., & Yusuf, N. M. (2022b). The influence of digital marketing and e-commerce on MSME marketing performance with entrepreneurship orientation as moderating. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 13473–13487. <https://doi.org/10.33258/BIRCI.V5I2.5204>

Marbun, D. S. N., & Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 77–85.

- Mardiatmi, A. B. D., & Pinem, D. (2021). Analysis of the potential marketing performance of SMEs in Serang Regency of Banten Province, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 110(2), 141–146. <https://doi.org/10.18551/RJOAS.2021-02.17>
- Mardiatmi, B. D., Wadu, R. B., Nopiyanti, A., & Supriadi, Y. N. (2023). Collaboration with pentahelix to improving MSME management performance during the Covid-19 pandemic. *Quality – Access to Success*, 24(194), 135–142. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.16>
- Masuku, D., Jannang, A. R., & Haji, S. A. (2023). Market and entrepreneurial orientation affect marketing performance in small and medium-sized businesses through competitive advantage. *Jurnal Manajemen*.
- McKinsey & Company. (2023). *The state of the consumer: Global consumer insights*. <https://www.mckinsey.com>
- Mechman, A., et al. (2022). The effect of digital marketing, and e-commerce on SMEs performance of Baghdad.
- Pantau.com. (2025, Juli). UMKM jadi tulang punggung ekonomi nasional, serap 119 juta tenaga kerja dan sumbang 61,9 persen PDB. *Pantau*. <https://www.pantau.com/ekonomi/280142/umkm-jadi-tulang-punggung-ekonomi-nasional-serap-119-juta-tenaga-kerja-dan-sumbang-619-persen-pdb>
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar, dan digital marketing terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Pekanbaru. *Jurnal Manajemen*.
- Salobar, A. L. A., Efendi, B., & Akbar, M. A. M. (2025). Masa depan UMKM: Dampak digital marketing dan orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran di era ekonomi digital.
- Sari, A. D., & Achmad, G. N. (2021). Pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja inovatif dan kinerja pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bontang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 23–28. <https://doi.org/10.56338/JSM.V8I1.1431>
- Statista. (2024). *Number of internet users worldwide from 2018 to 2024*. Statista Research Department. <https://www.statista.com>
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh kapabilitas pemasaran dan pemasaran digital dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 1–12.

- Udriyah, U., Thama, J., & Azam, S. M. F. (2020). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs.
- Veronika, E., Izti, I., Yunita, C., Pebriyani, N., & Dirgantara, D. (2025). Peran UMKM di Kota Depok dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat pada Provinsi Jawa Barat. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 01–17. <https://doi.org/10.58192/WAWASAN.V3I1.2669>
- William, A. A., Matthew, S., & Oktaviani, R. (2023). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM Kota Bekasi di Rawalumbu. *Jurnal XYZ*.
- World Bank. (2020). *Small and medium enterprises (SMEs) finance: Improving SMEs' access to finance and finding innovative solutions to unlock sources of capital*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org>
- Yusuf, A. M., Astuti, M., & Ariani, M. B. N. (2022). The effect of digital marketing mix strategy on marketing performance through the implementation of customer relationship management MSME 4.0 DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Zahara, Z., Ikhsan, Santi, I. N., & Farid. (2023). Entrepreneurial marketing and marketing performance through digital marketing capabilities of SMEs in post-pandemic recovery. *Jurnal Manajemen*.
- Zakiyah, A. R., Rahmanto, A. N., & Sudarmo, S. (2023). Trends in using social media as UMKM marketing. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 1942–1949. <https://doi.org/10.23917/ISETH.4611>