

Pelaku UMKM Industri Kreatif di Jawa Timur Sadar Pentingnya Inovasi Dalam Menghadapi Disrupsi Teknologi

Agus Purnomo Sidi¹, Dian Citaningtyas Ari Kadi², Risa Santoso³

^{1,3}Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

²Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Email : agusps@asia.ac.id¹, Citakirana11@gmail.com²,

risa.santoso@asia.ac.id³

Abstract

This research was conducted to find the relationship between Business Resilience, Innovation, and Technological Literacy on the Performance of MSMEs in the East Java region, especially in the creative sector. Technological disruption has changed behavior in meeting consumer needs. A response is needed from MSMEs to face changes in consumer behavior. This changing consumer behavior can affect the performance of MSMEs. MSMEs that can adapt to innovation are expected to maintain business performance. On the other hand, MSMEs also need to consider the business resilience and technological literacy of their human resources in maintaining MSME performance. This research was conducted using regression analysis involving 100 business actors in the creative sector in the East Java region. From the results of this study, it was found that Business Resilience, Innovation, and Technology Literacy influenced Business Performance. Innovation is the key to an important role in maintaining and improving business performance.

Keywords: *business resilience, innovation, technological literacy, business performance, SMEs.*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Di Jawa Timur, sebagai salah satu provinsi yang paling berpengaruh dalam kontribusi ekonomi nasional, UMKM juga memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi regional dan nasional. Seperti yang disampaikan oleh Kadinkop dan UKM Jawa Timur bahwa kontribusi UMKM di Jawa Timur terhadap kinerja ekonomi di Jawa Timur sebesar 58,36% (antaranews.com, 2023). Meskipun

demikian, UMKM di Jawa Timur masih menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perubahan teknologi, dan pergeseran pola permintaan konsumen (Astuti, 2023; Lisna, 2022; Wijayanto, 2023).

Kinerja UMKM merujuk pada sejauh mana UMKM berhasil mencapai tujuan bisnis mereka dan mampu memberikan hasil yang diharapkan. Kinerja UMKM mencakup berbagai aspek, termasuk finansial, operasional, pemasaran, dan kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan. Penilaian kinerja UMKM melibatkan pengukuran indikator kinerja yang relevan dengan bidang usaha dan tujuan bisnis yang ingin dicapai. Kinerja usaha merujuk pada seberapa baik usaha tersebut dalam mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan.

Evaluasi kinerja yang cermat membantu UMKM mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam operasi bisnis mereka. Dengan demikian, fokus pada perbaikan dan inovasi dapat diterapkan untuk meraih pertumbuhan dan keberhasilan yang berkelanjutan di tengah tantangan yang dihadapi oleh UMKM (Mawuntu & Aotama, 2022).

Terlebih UMKM di sektor kreatif memainkan peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di wilayah Jawa Timur. Sektor Ekonomi kreatif Jawa Timur menjadi kontributor ekonomi kreatif nasional (Jatim, 2023). Melalui kreasi inovatif, UMKM di sektor kreatif menciptakan produk dan layanan yang unik, memberikan nilai tambah bagi pasar. Kreativitas ini tidak hanya mendorong pertumbuhan sektor sendiri, tetapi juga merangsang permintaan akan bahan baku, jasa pendukung, dan layanan distribusi. Dalam prosesnya, UMKM ini mempekerjakan tenaga kerja lokal yang beragam, termasuk seniman, desainer, pengrajin, dan profesional lainnya, sehingga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengurangan tingkat pengangguran.

Meski menjadi kontributor terbesar kedua terhadap ekonomi nasional, UMKM sektor kreatif juga mengalami banyak tantangan dan hambatan (Astuti, 2023; Lisna, 2022; Wijayanto, 2023). Terlebih di dalam menghadapi era disrupsi teknologi, UMKM di Jawa Timur, seperti di banyak wilayah lainnya, dihadapkan pada tantangan besar yang mempengaruhi daya saing dan kelangsungan usaha umkm (Wijayanto, 2023). Disrupsi teknologi, terutama yang terkait dengan

revolusi industri 4.0, telah mengubah fundamental cara UMKM beroperasi, berinovasi, dan berinteraksi dengan pasar.

Disrupsi teknologi adalah fenomena yang terjadi ketika suatu inovasi teknologi mampu mengubah cara kerja, perilaku, atau nilai suatu industri atau sektor. Disrupsi teknologi adalah gejala yang muncul ketika inovasi teknologi memiliki kemampuan untuk secara mendasar mengubah cara operasional, pola perilaku, dan bahkan nilai yang diakui dalam suatu industri atau sektor tertentu (Adha, 2020). Dalam konteks ini, inovasi tersebut bukan sekadar memberikan peningkatan inkremental, tetapi justru menggemparkan dan mengubah fondasi dari bagaimana bisnis dan aktivitas ekonomi dijalankan (Widyanuratikah, 2021). Disrupsi teknologi dapat merombak model bisnis yang sudah mapan, menciptakan peluang baru, dan menghasilkan paradigma baru yang menggeser paradigma yang lebih tradisional (Santoso, 2022).

Disrupsi teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam cara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) beroperasi di berbagai sektor, termasuk produksi (Khong, Jony, & Hantono, 2023; Oktaviana, Fino, & Putri, 2021), pemasaran (Manggu & Beni, 2021; Nesya & Atmodjo, 2021; Rahmasari, Faturokhman, & Kurniawan, 2022; Shabilla, Ningrum, Cahyasari, & Ulyah, 2021), dan distribusi (Santoso, 2022). Di wilayah Jawa Timur, seperti halnya di seluruh dunia, UMKM perlu memiliki kesadaran yang kuat terhadap tren teknologi yang berkembang pesat dan mampu memanfaatkan teknologi yang tepat guna untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis mereka (Awali, 2020; Helmi, Kurniasih, & Aninnas, 2022; Manggu & Beni, 2021).

Dalam era disrupsi teknologi, pola permintaan konsumen terhadap UMKM mengalami perubahan mencolok (Saifuddin, 2021). Konsumen kini lebih condong untuk berbelanja secara online melalui platform e-commerce, mencari kenyamanan dalam pengalaman berbelanja tanpa harus meninggalkan rumah (Saifuddin, 2021). Selain itu, kehadiran media sosial menjadi semakin penting dalam membentuk interaksi antara UMKM dan konsumen, memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi langsung dengan merek dan mendapatkan informasi produk secara lebih personal.

Dengan perubahan pola permintaan konsumen tersebut, maka UMKM dituntut untuk dapat berinovasi dan mengadopsi teknologi sebagai salah satu bentuk respon pertama (Awali, 2020; Helmi dkk., 2022). Inovasi bukan hanya sekadar opsi, tetapi telah menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM agar tetap bersaing dalam pasar yang semakin kompleks dan dinamis. Adopsi teknologi modern, seperti e-commerce, analitik data, kecerdasan buatan, dan otomatisasi, menjadi sarana penting untuk mempertahankan daya saing dan membuka peluang pertumbuhan. Inovasi memungkinkan UMKM untuk menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing (Deviastri & Annisa, 2022; Shabilla dkk., 2021; Siswati & Alfiansyah, 2020). Dalam menghadapi persaingan yang semakin intensif, UMKM yang mampu mengembangkan produk atau layanan yang unik, lebih efisien, atau lebih memenuhi kebutuhan konsumen akan memiliki daya tarik yang lebih besar.

Adopsi teknologi sendiri juga membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional dan meraih akses yang lebih luas. Dengan menggunakan platform e-commerce, UMKM dapat menjual produk mereka kepada pasar global tanpa keterbatasan geografis. Analitik data memberikan wawasan berharga tentang perilaku konsumen dan tren pasar, memungkinkan UMKM untuk mengambil keputusan yang lebih terinformasi. Otomatisasi juga dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan produktivitas, memungkinkan UMKM untuk mengalokasikan sumber daya dengan lebih bijak.

Inovasi dan adopsi teknologi juga menciptakan kesempatan untuk menghadapi tantangan yang muncul akibat disrupsi teknologi. Dengan mengembangkan kemampuan digital, UMKM tidak hanya lebih siap dalam menghadapi perubahan pola permintaan konsumen, namun juga mampu menghadapi perubahan regulasi, dan persaingan yang semakin ketat. Kemampuan beradaptasi ini menjadi kunci dalam mengatasi hambatan yang mungkin timbul dalam perjalanan menuju penguatan daya saing.

Inovasi dan adopsi teknologi secara tidak langsung juga melibatkan pengembangan model bisnis baru yang mungkin lebih sesuai dengan perubahan dalam perilaku konsumen dan pergeseran pasar. Sehingga model bisnis yang

dijalankan oleh pelaku usaha, sedikit banyak akan mengalami pergeseran sesuai dengan inovasi dan adopsi teknologi yang diterapkan.

Transformasi model bisnis dari *offline* ke *online* merupakan fenomena yang signifikan dalam era disrupsi teknologi. Model bisnis tradisional yang mengandalkan interaksi fisik dan lokasi tertentu akan semakin berkurang seiring dengan perkembangan tren konsumen yang beralih ke belanja *online*. Keberadaan toko secara fisik akan semakin berkurang, beralih ke toko-toko virtual yang dapat dibuat dalam kurun waktu yang jauh lebih singkat daripada toko fisik. Terlebih, membangun beberapa toko virtual akan menelan biaya yang lebih sedikit daripada membangun toko fisik.

Beralihnya model bisnis dari *offline* ke *online*, juga membutuhkan transformasi di bidang sumber daya manusia (SDM). Pelaku usaha tidak hanya membutuhkan SDM yang memahami operasional secara fisik, namun juga memahami operasional bisnis secara online karena bisnis yang dibangun tidak hanya berada di dunia fisik namun juga ada di dunia maya. Dan tidak semua SDM yang sudah dimiliki oleh sebuah UMKM juga memiliki literasi yang mumpuni untuk menjalankan bisnis secara daring.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya saing pelaku. Model penelitian ini terdiri dari Ketahanan Usaha (X1), Inovasi (X2) dan Literasi Teknologi (X3) sebagai variabel independen terhadap Kinerja Usaha (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di bidang industri kreatif yang ada di wilayah Jawa Timur. Dengan populasi tersebut, Peneliti tidak memiliki data yang pasti berapa populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dimana responden telah menjali usaha setidaknya 1 tahun. Penyebaran kuesioner dijalankan dengan cara mendistribusikan ke grup-

grup inkubasi bisnis yang ada di Jawa Timur.

3. Hasil Dan Pembahasan

Responden penelitian di dominasi oleh pengusaha muda (44%) yang memiliki usaha relatif baru, 1-3 tahun (54%). Namun tidak sedikit UMKM yang sudah berjalan lebih dari 5 tahun (19%). Responden penelitian ini berasal dari sektor Busana (27%) dan sektor kuliner (23%). Dari segi pendidikan, responden didominasi oleh mereka yang lulus SMA atau sederajat (29 %). Data lebih lengkap mengenai demografi responden dapat dilihat pada Tabel 1. Dengan sebaran tersesebut dan didukung uji asumsi klasik, maka peneliti yakin bahwa data telah tersebar dengan baik dan bisa mewakili populasi dalam penelitian.

Tabel 1. Demografi Responden

	Kategori	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Pria	73	73 %
	Wanita	27	27 %
Usia	21-35	44	44 %
	36-50	39	39 %
	>50	17	17 %
Pendidikan	Tidak tamat SMP	2	2 %
	SMP atau sederajat	19	19 %
	SMA atau sederajat	29	29 %
	Diploma	17	17 %
	Sarjana	20	20 %
	Pasca Sarjana	13	13 %
Usia Usaha	1 - 3 Tahun	54	54 %
	4 - 6 Tahun	27	27 %
	> 6 Tahun	19	19 %
Sektor UMKM	Musik	3	3 %
	Desain Interior	7	7 %
	Pekerja Seni	11	11 %
	Film Animasi	0	0 %
	Fotografi	12	12 %
	Kerajinan	8	8 %
	Arsitek	2	2 %
	Aplikasi	0	0 %
	Kuliner	23	23 %
	Periklanan	2	2 %
	Busana	27	27 %
Lainnya	5	5 %	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil analisis uji relasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,75	2,003		1,872	0,064
Ketahanan Usaha	0,161	0,077	0,221	2,094	0,039
Inovasi	0,244	0,082	0,294	2,992	0,004
Literasi Teknologi	0,332	0,125	0,281	2,648	0,009

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Dari tabel hasil uji analisis didapatkan persamaan regresi yang dapat dilihat pada Persamaan 1.

$$Y=3,750+ 0,161X1+ 0,244X2+ 0,332X3+e.....(1)$$

Hasil analisis yang telah dipaparkan melalui penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel Ketahanan Usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Jawa Timur. Pernyataan ini didukung oleh tanggapan yang diperoleh dari pelanggan yang secara mayoritas menyatakan persetujuan terhadap pernyataan mengenai variabel Ketahanan Usaha. Para responden dalam penelitian ini mayoritas memulai usaha mereka dalam rentang waktu kurang dari 6 tahun, menandakan adanya gelombang pengusaha baru. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa Jawa Timur memiliki jumlah UMKM yang telah eksis sejak lama, dan fakta ini membuka peluang bagi pengusaha baru untuk mengukuhkan keberlangsungan usaha mereka dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini menyoroti korelasi antara Ketahanan Usaha dan Kinerja Usaha di Jawa Timur, yang memiliki implikasi penting bagi para pelaku usaha dan pengambil kebijakan. Melalui analisis item variabel Ketahanan Usaha, dapat diamati bahwa aspek-aspek seperti manajemen risiko, diversifikasi produk, dan efisiensi operasional memiliki dampak positif terhadap kinerja UMKM. Temuan ini memberikan kontribusi bagi para pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi yang berfokus pada penguatan ketahanan usaha sebagai cara untuk meningkatkan hasil dan dampak positif bagi UMKM di Jawa Timur.

Perhatian terhadap durasi usaha yang bervariasi di antara responden menegaskan dinamika perjalanan UMKM di wilayah tersebut. Sementara banyak usaha baru muncul, keberadaan UMKM yang telah bertahan lama menunjukkan adanya stabilitas dalam ekosistem bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa potensi untuk kelangsungan usaha jangka panjang ada untuk semua pemain, baik yang baru bergabung maupun yang telah memiliki keberadaan yang mapan. Dengan berfokus pada penguatan aspek ketahanan usaha, para pengusaha baru dan lama dapat menghadapi tantangan dan peluang yang berkelanjutan, mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Jawa Timur.

Inovasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. Pelaku UMKM menyadari akan pentingnya untuk melakukan inovasi pada usaha yang dijalankan. Responden menyatakan setuju terhadap pernyataan melakukan inovasi dalam usaha yang dijalankan. Meskipun tidak dilakukan secara rutin, namun pelaku UMKM melakukan inovasi ketika mereka menemukan permasalahan atau menemukan ide atas apa yang dilihat maupun dijalani. Sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki jadwal kurun waktu kapan melakukan inovasi. Inovasi dilakukan untuk meningkatkan kinerja dari usaha yang dijalankan.

Inovasi bukan hanya sekadar elemen tambahan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para pelaku UMKM diakui sadar akan pentingnya menerapkan inovasi dalam menjalankan usaha mereka. Tanggapan dari responden mengindikasikan sejumlah kesepakatan terhadap perlunya berinovasi dalam konteks bisnis yang dijalankan. Meskipun tidak terjadi secara rutin, inovasi dijalankan oleh pelaku UMKM saat mereka dihadapkan pada tantangan atau saat ide baru muncul berdasarkan pengalaman dan observasi mereka.

Dalam hal jadwal atau frekuensi, mayoritas pelaku UMKM tidak memiliki periode khusus untuk melakukan inovasi. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dalam pendekatan inovatif, di mana inovasi tidak dibatasi oleh waktu tetapi dipicu oleh kebutuhan dan peluang. Inovasi dilakukan sebagai respons terhadap perubahan lingkungan bisnis dan juga sebagai sarana untuk menjawab pertanyaan yang muncul dari pengalaman sehari-hari. Hal ini mencerminkan bahwa inovasi di

UMKM di Jawa Timur lebih didorong oleh aliran pemikiran yang organik dan berkelanjutan daripada keterikatan dengan jadwal yang kaku.

Pentingnya inovasi sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja bisnis menjadi jelas dalam konteks ini. Inovasi tidak hanya membantu dalam mengatasi tantangan, tetapi juga menjadi katalisator bagi peningkatan hasil usaha. Dalam era persaingan yang semakin ketat, inovasi dapat memberikan nilai tambah kepada produk atau layanan yang ditawarkan, menciptakan daya tarik lebih bagi pelanggan, dan membedakan UMKM dari pesaing. Oleh karena itu, keberlanjutan praktik inovatif di UMKM perlu ditekankan sebagai bagian integral dalam strategi pertumbuhan dan keberhasilan bisnis.

Pentingnya literasi teknologi sebagai faktor penentu dalam kinerja UMKM di Jawa Timur terungkap dalam penelitian ini. Dari hasil analisis regresi, hubungan antara literasi teknologi terhadap kinerja UMKM didapatkan angka sebesar 2,684 dengan dengan sig 0.009. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara literasi teknologi dan kinerja UMKM. Hasil tersebut juga tercermin pada kecenderungan mayoritas responden yang memberikan tanggapan positif, yakni "setuju", terhadap setiap pernyataan dalam item Literasi Teknologi.

Dalam era disrupsi teknologi yang kita alami saat ini, setiap bisnis, tanpa terkecuali, dihadapkan pada tuntutan adaptasi terhadap lingkungan yang semakin dinamis dan digital. Kemajuan teknologi telah membentuk ulang cara berinteraksi dengan pelanggan, menjalankan operasional, dan bahkan merumuskan strategi bisnis. Dalam konteks ini, literasi teknologi tidak lagi hanya merupakan aspek tambahan, melainkan menjadi fondasi kritis bagi kesuksesan UMKM.

Melihat hasil kuesioner yang mengindikasikan sikap positif para responden terhadap literasi teknologi, dapat disimpulkan bahwa kesadaran akan pentingnya pemahaman teknologi di kalangan UMKM semakin meningkat. Keterampilan ini membantu pemilik UMKM lebih siap dalam menghadapi perubahan, memanfaatkan peluang digital, dan mengatasi hambatan teknologi. Oleh karena itu, pendekatan holistik yang mencakup pendidikan, pelatihan, serta akses terhadap informasi dan sumber daya teknologi perlu terus diperkuat untuk

mendukung kemajuan dan kelangsungan UMKM di era teknologi yang semakin maju.

Hal yang di luar prediksi pada penelitian ini adalah bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini hanya 45,9% seperti yang tergambar pada Tabel 3. Dimana Ketahanan Usaha, Inovasi dan Literasi Teknologi bukan menjadi variabel dominan dalam mempengaruhi Kinerja UMKM di Jawa Timur. Dimungkinkan masih ada faktor dominan lain yang mempengaruhi selain ketiga variabel yang dibahas pada penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	0,475	0,459	1,76919

a. Predictors: (Constant), Ketahanan Usaha, Inovasi, Literasi Teknologi

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data diolah, 2023

5. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas Ketahanan Usaha, Inovasi dan Literasi Teknologi terhadap kinerja UMKM di Jawa Timur. Seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha. Inovasi memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap Kinerja Usaha dibandingkan kedua variabel independen lainnya.

UMKM di Jawa Timur menganggap bahwa Inovasi dalam usaha memiliki peranan yang penting dalam menjaga kinerja usaha yang dimiliki. Dengan melakukan inovasi, pelaku UMKM di Jawa Timur dapat merespon atas perubahan yang ada di lingkungan pangsa pasar yang dituju. Terlebih dengan adanya disrupti teknologi ini yang memberikan alternatif bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Pelaku UMKM sadar akan hal ini dan merespon hal tersebut dengan berinovasi. Inovasi yang dilakukan ini memberikan dampak pada kinerja UMKM yang dijalankan.

6. Pernyataan

Terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang atas dukungan hibah internal yang diberikan kepada penulis sehingga luaran hibah dapat dipublikasikan pada naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, L. A. (2020). Digitalisasi Industri Dan Pengaruhnya Terhadap Ketenagakerjaan Dan Hubungan Kerja Di Indonesia. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5(2), 267–298. <https://doi.org/10.29303/jkh.v5i2.49>
- antaranews.com. (2023, Juni 22). Kontribusi UMKM terhadap kinerja ekonomi Jatim mencapai 58,36 persen. Diambil 28 Agustus 2023, dari Antara News website: <https://www.antaranews.com/berita/3602217/kontribusi-umkm-terhadap-kinerja-ekonomi-jatim-mencapai-5836-persen>
- Astuti, R. S. (2023, Juli 17). Ragam Tantangan Pengembangan Usaha Kreatif di Sidoarjo. Diambil 28 Agustus 2023, dari Kompas.id website: <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/07/17/ragam-tantangan-pengembangan-usaha-kreatif-di-sidoarjo-feature>
- Awali, H. (2020). URGENSI PEMANFAATAN E-MARKETING PADA KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KOTA PEKALONGAN DI TENGAH DAMPAK COVID-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Deviastri, L., & Annisa, I. T. (2022). Peran Inovasi, Kolaborasi dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.33476/jobs.v3i1.2472>
- Helmi, S., Kurniasih, U., & Aninnas, A. (2022). Urgensi Micro Business Game dalam Meningkatkan Manajemen Bisnis dan Pengetahuan Literasi Keuangan. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 2(2), 135–141. <https://doi.org/10.28918/velocity.v2i2.6273>
- Jatim, K. (2023, Juni 12). Bappeda Provinsi Jawa Timur – Jatim Kontributor Kedua Ekonomi Kreatif Nasional. Diambil 30 Agustus 2023, dari <https://bappeda.jatimprov.go.id/2023/06/12/jatim-kontributor-kedua->

ekonomi-kreatif-nasional/

- Khong, R., Jony, & Hantono. (2023). *KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITALISASI PADA UMKM MELALUI MODEL TECHNOLOGY ACCEPTENCE MODEL DI JAMAN DISRUPSI TEKNOLOGI DAN COVID-19: KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITALISASI PADA UMKM MELALUI MODEL TECHNOLOGY ACCEPTENCE MODEL DI JAMAN DISRUPSI TEKNOLOGI DAN COVID-19*. 9(3). Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/43957>
- Lisna, Y. (2022). Tantangan UMKM Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. Diambil 28 Agustus 2023, dari <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Tantangan-UMKM-Indonesia-di-Masa-Pandemi-Covid-19.aspx>
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM KOTA BENGKAYANG. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 21(1), 72–83. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.72-83>
- Nesya, N., & Atmodjo, J. T. (2021). MODEL PEMASARAN DIGITAL ‘TRANSMEDIA BRANDING’ PADA CHANNEL NARASI.TV. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(02), 170–191. <https://doi.org/10.22441/visikom.v19i02.11390>
- Oktaviana, W., Fino, A., & Putri, Y. E. (2021). PENGARUH MODAL, BIAYA PRODUKSI, JUMLAH TENAGA KERJA DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PENDAPATAN UMKM SEKTOR KULINER DI KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG. *Jurnal Horizon Pendidikan*, 1(2), 367–383.

<https://doi.org/10.22202/horizon.v1i2.4784>

- Rahmasari, L. F., Faturokhman, M., & Kurniawan, F. A. (2022). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK KOMODITAS PETERNAKAN: *Jurnal Sains Terapan : Wahana Informasi Dan Alih Teknologi Pertanian*, 12(1), 54–65. <https://doi.org/10.29244/jstsv.12.1.54-65>
- Saifuddin, M. (2021). DIGITAL MARKETING: STRATEGI YANG HARUS DILAKUKAN UMKM SAAT PANDEMI COVID-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>
- Santoso, R. (2022). Disrupsi Pandemi dan Strategi Pemulihan Industri Kreatif. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 48–58. <https://doi.org/10.32503/jmk.v7i1.2101>
- Shabilla, S. S., Ningrum, D. P., Cahyasari, A. D., & Ulyah, S. M. (2021). Analisis Hubungan Penggunaan Media Sosial terhadap Inovasi Pengembangan Bisnis di Masa Pandemi Coronavirus Disease—19. *MUST: Journal of Mathematics Education, Science and Technology*, 6(2), 257–267. <http://dx.doi.org/10.30651/must.v6i2.10665>
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER BERBASIS INOVASI (STUDI PADA UMKM KERIPIK SAMILER KASPER DI SIDOARJO). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v1i2.18>
- Widyanuratikah, I. (2021, Agustus 26). Tiga Disrupsi Besar yang Mengubah Dunia. Diambil 5 September 2023, dari Republika Online website: <https://republika.co.id/share/qyfzm1487>
- Wijayanto, N. (2023). Prospek dan Tantangan UMKM di Era Disrupsi Teknologi. Diambil 25 Agustus 2023, dari SINDOnews Ekbis website: <https://ekbis.sindonews.com/read/1054429/34/prospek-dan-tantangan-umkm-di-era-disrupsi-teknologi-1679580200>