

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI BISNIS TERHADAP *BUSINESS*
PERFORMANCE DENGAN KEMAMPUAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL**

MODERASI

(Studi pada UMKM di Gunungkidul)

JURNAL TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

IMAM MA'RUF SYARIFUDIN

222200870

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI



Program Magister Akuntansi dan Magister Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

UJIAN TESIS


Tesis berjudul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI BISNIS TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE DENGAN
KEMAMPUAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada UMKM di Gunungkidul)

Telah diuji pada tanggal: 7 Februari 2025


Tim Penguji:

Ketua




Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Anggota



Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Pembimbing



Dr. Atika Jauhanna Hatta H, M.Si., Ak., CA

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI BISNIS TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE DENGAN KEMAMPUAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada UMKM di Gunungkidul)

dipersiapkan dan disusun oleh:

Imam Ma'ruf Syarifudin

Nomor Mahasiswa: 222200870

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 7 Februari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M.) di bidang Manajemen

SUSUNAN TIM PENGUJI

Pembimbing		Ketua Penguji	
Dr. Atika Jauharia Hatta H, M.Si., Ak., CA		Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA	
		Anggota Penguji	
		Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.	



Yogyakarta, 7 Februari 2025
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,


Dr. Wisnu Prajogo, MBA.



LEMBAR KEASLIAN KARYA TULIS



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA
JL. SETURAN, YOGYAKARTA 55281, P.O. BOX 1014 YOGYAKARTA 55010
TELP. (0274) 486160, 486321, FAKS. (0274) 486155 www.stieykpn.ac.id

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI BISNIS TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE
DENGAN KEMAMPUAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada UMKM di Gunungkidul)**

diajukan untuk diuji pada tanggal 7 Februari 2025, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijasah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji

Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji

Dr. Wing Wahyu Winamo, MAFIS., Ak., CA.

Yogyakarta, 7 Februari 2025

Yang memberi pernyataan

Imam Ma'ruf Syarifudin

Saksi 3, sebagai Pembimbing

Dr. Atika Jauharita Hatta H, M.Si., Ak., CA

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta



Dr. Wishu Prajogo, MBA.

PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI BISNIS TERHADAP *BUSINESS PERFORMANCE* DENGAN KEMAMPUAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada UMKM di Gunungkidul)

Imam Ma'ruf Syarifudin
Manajemen STIE YKPN Yogyakarta
imammarufsyarifudin@gmail.com

Abstrak

UMKM berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta menyediakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja. Perkembangan teknologi yang pesat sangat membantu dalam banyak hal seperti memudahkan dalam proses pembayaran kegiatan ekonomi, tak terkecuali pada UMKM yang dianggap menjadi salah satu potensi yang besar dalam kegiatan pengembangan ekonomi. Riset ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial dan strategi bisnis terhadap kinerja UMKM di Gunungkidul. Alat analisis penelitian ini yaitu *SmartPLS* dengan mengolah data responden sebanyak 155. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun hasil penelitian ini gagal dalam memberikan dukungan teori kepemimpinan terkait kemampuan manajerial dalam memoderasi pengaruh media sosial terhadap *business performance*. Hal ini memiliki makna bahwa kemampuan manajerial tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh media sosial terhadap *business performance* yang dimoderasi oleh kemampuan manajerial, demikian pula pada pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa UMKM kini perlu adanya pendampingan dalam penggunaan media sosial untuk memasarkan produknya, agar diperoleh hasil penjualan yang optimal. Demikian pula perlu adanya pelatihan di bidang manajerial maupun penggunaan teknologi yang berkelanjutan bagi pimpinan perusahaan agar pimpinan mahir merencanakan strategi yang sesuai dengan perkembangan jaman, sehingga hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya produktivitas usahanya.

Kata kunci : Media Sosial, Strategi Bisnis, *Business Performance*, Kemampuan Manajerial

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mempunyai peran vital dalam mendorong perkembangan ekonomi Indonesia. UMKM menjadi salah satu sektor penting dalam roda perekonomian Indonesia. Bahkan lebih dari 99 persen unit usaha di Indonesia adalah UMKM. Saat ini manusia telah hidup berdampingan dengan teknologi yang kemajuannya sangat pesat. Perkembangan teknologi yang pesat sangat membantu dalam banyak hal seperti memudahkan dalam proses pembayaran kegiatan ekonomi, tak terkecuali pada UMKM yang dianggap menjadi salah satu potensi yang besar dalam kegiatan pengembangan ekonomi. Media sosial dianggap mempunyai pengaruh besar terhadap kinerja UMKM kejadian ini sejalan dengan hasil penelitian (Susanto, Hoque, and Shah 2021), (Alkateeb and Abdalla 2021) ditemukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM disebutkan pula bahwa pengadopsian media sosial dapat menjadi sumber daya yang potensial bagi UMKM. Namun demikian masih terdapat studi yang mengungkapkan hal yang sebaliknya. Studi yang dilakukan oleh (Ahmad et al. 2018) mengungkapkan bahwa sosial media *adoption* tidak berpengaruh dalam membantu meningkatkan kinerja bisnis. Inkonsistensi temuan peneliti terdahulu ini memiliki pandangan bahwa sosial media yang dilakukan oleh UMKM dengan aktivitas pemasarannya. Dengan demikian dibutuhkan sebuah strategi bisnis agar UMKM dapat bertahan keberlangsungan usahanya. Dengan demikian, faktor selanjutnya yang menentukan keberhasilan UMKM dalam mengelola usahanya adalah strategi bisnis. Riset ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial dan strategi bisnis terhadap kinerja UMKM di Gunungkidul. Pemilihan tempat ini dipilih supaya dapat meningkatkan pengetahuan mengenai media sosial dan strategi bisnis UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menambahkan variabel kemampuan manajerial sebagai variabel moderasi, yang dalam hal ini masih jarang dieksplorasi dalam penelitian terkait. Maka dari inkonsistensi tersebut penelitian ini memberikan dugaan kemungkinan adanya variabel lain yang memengaruhi hubungan tersebut, yaitu kemampuan manajerial. Apakah kemampuan manajerial ini dapat memberikan pengaruh yang kuat atau justru memperlemah pengaruh hubungan antara variabel independen dan dependen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Tinjauan Teori

Teori perilaku kepemimpinan (*behavior theory of leadership*) mengemukakan gagasan mendasar bahwa kepemimpinan tidak hanya berkaitan dengan sifat pribadi pemimpin, tetapi juga dengan perilaku yang ditunjukkan oleh pemimpin tersebut. Pemimpin harus mempunyai analisa dan keterampilan yang tinggi, karena dengan itu akan membuat pengambilan keputusan akan tepat. Lalu teori kedua adalah teori Determinisme Teknologi. Poin utama dari teori McLuhan adalah bahwa cara kita berkomunikasi melalui teknologi bukan hanya mengubah cara kita berhubungan satu sama lain, tetapi juga membentuk cara kita berpikir dan berperilaku dalam masyarakat. Secara keseluruhan, pandangan McLuhan memberikan gambaran bahwa teknologi komunikasi adalah kekuatan yang membentuk kehidupan sosial dan budaya kita. Media massa dan teknologi komunikasi bukan hanya alat yang digunakan untuk berkomunikasi, tetapi mereka mendefinisikan dan mengubah cara kita hidup, berpikir, dan berhubungan satu sama lain.

Media sosial adalah sebuah platform yang menekankan pada keberadaan pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas serta berkolaborasi (Puspitarini and Nuraeni 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial bukan hanya sebagai tempat untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti diskusi, kolaborasi, atau bahkan kegiatan bisnis.

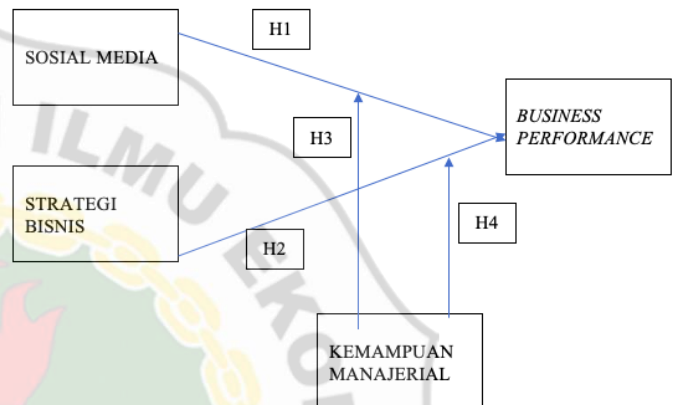
Strategi bisnis merupakan rencana yang akan dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka perusahaan harus mampu menentukan strategi yang tepat dalam rancangan yang komprehensif (Nahak and Ellitan 2023). Maka dalam strategi bisnis bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dari segi keuangan dan pertumbuhan profitabilitas jangka panjang.

Menurut (Ability et al. 2020), kemampuan manajerial merujuk pada kemampuan yang dimiliki oleh manajer atau pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan atau usaha. Kemampuan ini sangat penting karena mempengaruhi keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan kinerja perusahaan, terutama pada UMKM.

Kinerja bisnis merupakan pencapaian dari suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk mencapai visi dan misi organisasi atau perusahaan. Secara umum, kinerja mengacu pada prestasi atau

hasil yang dicapai oleh organisasi dalam periode waktu tertentu (Syaifullah et al. 2021). Meskipun media sosial dan strategi bisnis dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja bisnis, peran kemampuan manajerial yang kuat sangat penting untuk memastikan bahwa faktor-faktor tersebut dapat diimplementasikan dengan baik dan mendukung pencapaian tujuan bisnis.

Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Penelitian ini ingin membuktikan secara empiris apakah terdapat hubungan antara variabel independent (media sosial dan strategi bisnis) dengan variabel dependent (*Business Performance*) dengan variabel kemampuan manajerial sebagai moderasi. Dengan kemampuan manajerial sebagai variabel moderasi diharapkan mampu memperkuat hubungan antara media sosial dan strategi bisnis terhadap *business performance*.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif, untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel, yaitu media sosial, strategi bisnis, dan kinerja bisnis, dengan kemampuan manajerial sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di wilayah Gunungkidul dan sekitarnya. Populasi tersebut mencakup UMKM yang memiliki unit usaha menjadi fokus responden di penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengaruh media sosial dan strategi bisnis terhadap kinerja bisnis serta peran kemampuan manajerial dalam memoderasi hubungan tersebut. Peneliti mengacu pada penetapan jumlah sampel yang disesuaikan dengan alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian, yaitu "*Structural Equation Modeling*". Metode SEM biasanya membutuhkan jumlah sampel yang berkisar antara 100 hingga 200 responden agar dapat menghasilkan analisis yang valid dan reliabel. Model SEM

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memiliki lebih dari 20 indikator, (Hair, Howard, and Nitzl 2020) menyarankan agar ukuran sampel berada di antara 100 hingga 200 sampel. Ini adalah pedoman yang berguna untuk memastikan bahwa estimasi parameter model memiliki kecukupan data untuk memberikan hasil yang valid dan stabil. Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang pada penelitian ini sebanyak 155 responden. Jumlah lebih dari 105 supaya data lebih bervariasi.

4. Analisis dan Pembahasan

Pengumpulan data pada penelitian ini dimulai 15 Januari 2025. Pada penelitian ini menyebar kuesioner melalui *google form*. Proses penyebaran penelitian ini pertama daerah yang disasar adalah Gunungkidul, karena beberapa daerah masih belum memaksimalkan media sosial khususnya untuk memasarkan produknya. Lalu cara penyebaran penelitian ini dengan memanfaatkan grup paguyuban PHRI yang ada di Gunungkidul, maka dengan itu akan lebih cepat mendapatkan responden. Waktu penyebaran ini sekitar 15 hari dimulai dari tgl 15 Januari 2025 hingga 31 Januari 2025. Lalu mendapatkan responden sebanyak 155 dengan kriteria yaitu responden yang mempunyai usaha UMKM di wilayah Gunungkidul dan sekitarnya. Hasil uji validasi diatas menyatakan bahwa instrument dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel media sosial, strategi bisnis, *business performance* dan kemampuan manajerial memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$. Maka dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan dalam instrument penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian. Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,7$ yaitu media sosial 0,963, strategi bisnis 0,938, *business performance* 0,920 dan kemampuan manajerial 0,862, Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Uji *F-square*, menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki nilai 0,627. Artinya variabel tersebut memiliki pengaruh besar karena nilainya $> 0,35$. Sedangkan variabel yang lain strategi bisnis dan *business performance* memiliki nilai masing-masing 0,060 untuk strategi bisnis dan 0,088 untuk *business performance*. Artinya variabel tersebut memiliki pengaruh menengah atau sedang karena nilainya $< 0,15$ atau nilai $> 0,02$.

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa *business performance* memberikan nilai *R-square*

sebesar 0,942. Hal ini berarti *R-square* pada *business performance* besar karena nilai *R-square* $> 0,67$. Nilai *R-square* adjusted sebesar 0,942 atau 94% yang berarti bahwa variabel independent dalam model ini dapat dijelaskan sebesar 94% yang sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel media sosial (X1) terhadap *business performance* (Y) memiliki pengaruh yang signifikan dan *original sampel* yang menunjukkan arah yang positif. Maka dapat dikatakan bahwa variabel media sosial signifikan dan hipotesis pertama didukung.

Hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel strategi bisnis (X2) terhadap *business performance* (Y) menunjukkan hasil yang signifikan dan *original sampel* yang menunjukkan arah yang positif. Maka dapat dikatakan bahwa variabel media sosial signifikan dan hipotesis kedua didukung.

Hipotesis 3 menunjukkan variabel media sosial (X1) yang dimoderasi kemampuan manajerial terhadap *business performance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan *original sampel* yang menunjukkan arah yang positif. Maka dapat dikatakan bahwa variabel media sosial yang dimoderasi oleh kemampuan manajerial tidak signifikan dan hipotesis ketiga tidak didukung.

Hipotesis 4 menunjukkan variabel strategi bisnis (X2) yang dimoderasi kemampuan manajerial terhadap *business performance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan *original sampel* - 0,072 yang menunjukkan arah yang negatif. Maka dapat dikatakan bahwa variabel strategi bisnis yang dimoderasi oleh kemampuan manajerial tidak signifikan dan hipotesis keempat tidak didukung.

5. Kesimpulan dan Saran

Penggunaan media sosial menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, sebab media sosial berpengaruh signifikan terhadap *business performance*. Hal ini mampu menjawab bahwa semakin tinggi penggunaan variabel media sosial di manfaatkan dengan baik maka kinerja perusahaan akan meningkat. Namun hasil penelitian gagal dalam memberikan dukungan teori kepemimpinan terkait kemampuan manajerial dalam memoderasi pengaruh media sosial terhadap *business performance*. Hal ini memiliki makna bahwa kemampuan manajerial tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh media sosial terhadap *business performance* yang dimoderasi oleh kemampuan manajerial, demikian pula pada pengaruh strategi perusahaan dan kinerja UMKM. Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

UMKM kini perlu adanya pendampingan dalam penggunaan media sosial untuk memasarkan produknya, agar diperoleh hasil penjualan yang optimal. Demikian pula perlu adanya pelatihan di bidang manajerial maupun penggunaan teknologi yang berkelanjutan bagi pimpinan perusahaan agar pimpinan mahir merencanakan strategi yang sesuai dengan perkembangan jaman, sehingga hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya produktivitas usahanya.

6. Daftar Pustaka

- Ability, Managerial, A S An, Effort To, Improve Sme, Performance Through, Competitive Advantage, and I N The. 2020. "Managerial Ability as An Effort to Improve SME Performance through Competitive Advantage in ... MANAGERIAL ABILITY AS AN EFFORT TO IMPROVE SME PERFORMANCE THROUGH COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE PANDEMIC." (200): 363–75.
- Ahmad, Syed Zamberi, Abdul Rahim, Abu Bakar, and Norita Ahmad. 2018. "Social Media Adoption and Its Impact on Firm Performance : The Case of the International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research Article Information :." (May). doi:10.1108/IJEBR-08-2017-0299.
- Ahyar, Muhammad Khozin, and Agung Abdullah. 2020. "Jpmb 167." 2(2): 167–82.
- Alkateeb, Maan A L I, and Rania Ahmad Abdalla. 2021. "Social Media Adoption and Its Impact on SMEs Performance A Case Study of Palestine Adopción de Los Medios Sociales y Su Impacto En El Rendimiento de Las PYME Un Estudio de Caso de Palestina." 39(July). doi:10.25115/eea.v39i7.4872.
- Avila, Hedwika, Diva Putri, and Nurrani Kusumawati. 2021. "A STUDY OF CUSTOMER PREFERENCE , CUSTOMER PERCEIVED VALUE , SALES PROMOTION , AND SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARDS PURCHASE DECISION OF." 3(9): 265–76. doi:10.35631/AIJES.39018.
- Devina, Vincentia, Universitas Katolik, and Darma Cendika. 2020. "Analisis Pemberian Kredit Terhadap Pendapatan." 4(1): 78–88.
- Fahmi, Sufiana, Ahmad Faizal, Murtiadi Awaluddin, Universitas Islam, Negeri Alauddin, and Keunggulan Komparatif. 2024. "Analisis Keunggulan Kompetitif Dan Keunggulan Komparatif Dalam Strategi Bisnis." 28(12): 147–53.
- Fatchurrohman, Mochamad, Noneng R Sukatmadiredja, and Bambang Sri Wibowo. 2023. "Strategi Pemasaran Dan Penjualan Dengan Pendekatan Analisa SWOT Pada Produk Usaha Leche." 3(1): 67–72.
- Gumilar, Fahmi Yudan, and Sisca Eka Fitria. 2019. "PENGARUH KEMAMPUAN MANAJERIAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Sentra Industri Pengolahan Kayu Di Jl . Terusan Pasirkoja Kota Bandung) INFLUENCE OF MANAGERIAL CAPABILITIES ON THE COMPANY (Study of Wood Processing Industry in Jl . Terusan Pasirkoja Bandung City)." 6(1): 362–72.
- Hadi, Demaz Fauzi, and Kiki Zakiah. 2021. "STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) UNTUK BERSAING DI ERA PANDEMI." 16: 32–41.
- Hair, Joe F, Matt C Howard, and Christian Nitzl. 2020. "Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis." *Journal of Business Research* 109(December 2019): 101–10. doi:10.1016/j.jbusres.2019.11.069.
- Hartato, Fidelia, and Edy Handoyo. 2021. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner." III(4): 980–89.
- Heryadi, D Yadi, Dhiana Ekowati, Dhety Chusumastuti, Universitas Siliwangi, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, Nusa Megarkencana, and Sekolah Tinggi. "Pengaruh Kehadiran Media Sosial , Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Di Jawa Barat." 5(1): 94–107.
- Hill, Dunsford, and Exeter Ex. 2003. "A REVIEW OF LEADERSHIP THEORY AND Edited Version of a Report for Chase Consulting and the Management Standards Centre." : 1–44.
- Joseph, O P, J E Tulung, S Wangke, O P Joseph, J E Tulung, and S Wangke. "IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARDS BUSINESS PERFORMANCE OF MSMES IN MANADO DURING COVID-19 PANDEMIC DAMPAK PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- MANADO DI MASA PANDEMI COVID-19 Jurnal EMBA Vol . 8 No . 4 Oktober 2020 , Hal . 596-605.” 8(4): 596–605.
- Kurniawan, Feri, Bambang Srigati, and Dian Resha Rahmayanti. 2022. “STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA AKUN INSTAGRAM @ ENOWCUSTOM Program Studi Ilmu Komunikasi , Universitas Respati Yogyakarta Program Studi Ilmu Komunikasi , Universitas Respati Yogyakarta.” 2(1): 27–37.
- Ma, Chen. 2021. “Smart City and Cyber-Security; Technologies Used, Leading Challenges and Future Recommendations.” *Energy Reports* 7: 7999–8012. doi:10.1016/j.egy.2021.08.124.
- Mcluhan, Marshall, and Technological Determinism. 2009. *Beyond Categorization* :
- Nahak, Martinus, and Lena Ellitan. 2023. “Peran Perencanaan Strategik Dan Kepemimpinan Strategik Dalam Membangun Kinerja Organisasi Publik.” (July).
- Pemerintah, Pengaruh Kepemilikan, Strategi Bisnis, and Ferry Hendro Basuki. 2020. “GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (THE EFFECT OF GOVERNMENT OWNERSHIP , BUSINESS STRATEGY , AND GOOD CORPORATE GOVERNANCE ON COMPANY PERFORMANCE).” 21(1): 17–45.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House).” 3.
- Puspitowati, Ida. 2020. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM.” II(3): 612–20.
- Putri, Nikmah Khairani. 2024. “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan , Intensitas Modal Dan Manajemen Laba Terhadap Beban Pajak Penghasilan Dengan Moderasi Kemampuan Manajerial.” 21(2): 45–63.
- Robbins, Stephen, Mary Coulter, and David Decenzo. “Fundamentals of Management.”
- Setiawan, Antonius Singgih, and Cheryna Natalie. 2022. “Strategy Orientation , Use Of Online Media – Social Media , Business Performance During The Covid-19 Pandemic.” XXVI(03): 368–84.
- Sukmana, Dhika Juliana. 2020. “Pemeriksaan Kesehatan Gratis Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Deteksi Dini Penyakit Tidak Menular.” : 19–26.
- Susanto, Perengki, Mohammad Enamul Hoque, and Najeeb Ullah Shah. 2021. “Entrepreneurial Orientation and Performance of SMEs : The Roles of Marketing Capabilities and Social Media Usage.” (April 2024). doi:10.1108/JEEE-03-2021-0090.
- Syaifulloh, Jahid, Makmun Syaifudin, Markus Utomo Sukendar, and Junaedi Junaedi. 2021. “Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic.” 8(2): 523–31. doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0523.
- Tampubolon, Manner. 2022. “Dinamika Kepemimpinan.” 2(1): 1–7.
- Tanjaya, Clarisia. 2020. “ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE , ENTREPRENEURIAL INTENTION , DAN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION.” : 135–52.
- Waruwu, Kornelius Kurniawan, and Syafrida Hafni Sahir. 2022. “Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap E-Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Shopee.” 3(3): 335–41. doi:10.47065/jbe.v3i3.2298.
- Wilson, Joni, Sitopu Ika, Rosenta Purba, and Tuahman Sipayung. 2021. “Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan Aplikasi SPSS.” : 82–87.
- Yorston, David, Abdul Hamid, Al Ghamdi, Mansur Rabi, Saad Hajar, David Yorston, Hannah Kuper, and Sarah Polack. 2012. “Rapid Assessment of Avoidable Blindness and Diabetic Retinopathy in Taif , Saudi Arabia.” (August 2021). doi:10.1136/bjophthalmol-2012-301874.
- Zamroji, Muhammad. 2020. “Muhammad Zamroji, MA.” 1(2): 1–11.