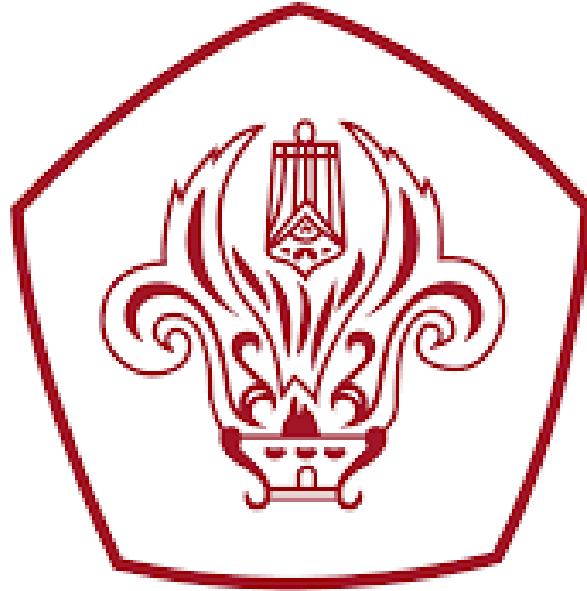


**Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas Berwirausaha
Terhadap Keberhasilan Usaha Micro Dan Kecil Sektor Kuliner di Jakarta
Barat dan sekitarnya**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DISUSUN OLEH:

NAMA: ALVARO CHRISTOFFEL SUALANG

NIM: 115190394

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2023

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ALVARO CHRISTOFFEL SUALANG
NIM : 115190394
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Media Sosial dan Kreativitas
Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha
Micro dan Kecil Sektor Kuliner di Jakarta Barat
dan Sekitarnya

Jakarta, 28 November 2024

Pembimbing,



(KARTIKA NURINGSIH, SE., MSi)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	:	Alvaro Christoffel Sualang
NIM	:	115190394
PROGRAM / JURUSAN	:	S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI	:	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Micro Dan Kecil Sektor Kuliner di Jakarta Barat dan sekitarnya

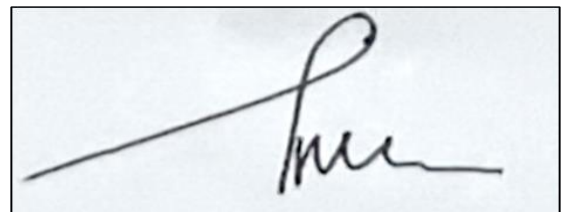
Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 19 Desember 2024 dan dinyatakan lulus,

dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Sarwo Edy Handoyo, Dr., S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : -Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.
-RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

Jakarta, 10 Januari 2025

Pembimbing,



(RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Alvaro Christoffel Sualang

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190394

Program Studi : Manajemen Kewirausahaan

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 4 Desember 2024

Materai Rp. 10.000



Alvaro Christoffel Sualang

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN PENGESAHAN.....	1
DAFTAR TABEL	2
DAFTAR GAMBAR.....	8
BAB I PENDAHULUAN	9
A. PERMASALAHAN.....	9
1. Latar Belakang Masalah	9
2. Identifikasi Masalah	12
3. Batasan Masalah.....	13
4. Rumusan Masalah	13
B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	13
1. Tujuan	8
2. Manfaat.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	15
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	19
C. KAITAN ANTAR VARIABEL.....	20
D. KERANGKA PEMIKIRAN	21
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. DESAIN PENELITIAN.....	22
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	23
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	23
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	25
E. ANALISIS DATA	29
F. ASUMSI ANALISIS DATA	31
DAFTAR PUSAKA	31
TINJAUAN LITERATURE	19

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, penyertaan, dan hikmat-Nya yang telah memberikan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Media sosial dan Kreativitas berwirausaha terhadap Keberhasilan usaha Micro dan kecil sector kuliner di Jakarta barat dan sekitarnya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Manajemen di Universitas Tarumanagara.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. H. Amad Sudiro, S.H., M.Kn., M.M., selaku Rektor Universitas Tarumanagara, atas segala fasilitas dan dukungan yang diberikan.
2. Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., M.B.A., selaku DEKAN Universitas Tarumanagara, atas arahan dukungannya selama masa studi.
3. Ibu RR. Kartika Nuringsih. S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk, arahan, perhatian dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu mendoakan, mendukung, dan memotivasi penulis dalam setiap langkah studi di Universitas Tarumanagara.

Dengan penuh ucapan syukur, penulis menyerahkan karya ini untuk kemuliaan nama Tuhan.

DAFTAR TABEL

- 1.1. Manfaat dari penggunaan media sosial
- 3.1 Indikator Penggunaan Media Sosial
- 3.2 Indikator Kreativitas berwirausaha
- 3.3 Indikator Keberhasilan usaha
- 3.4 Hasil uji Outer Loadings sebelum hapus indikator
- 3.5 Hasil uji Outer Loadings setelah hapus indikator
- 3.6 Hasil uji Average Variance Extracted
- 3.7 Hasil uji Cronbach Alpha dan Composite Reliability
- 4.1 Pertanyaan Kuesioner Media Sosial
- 4.2 Pertanyaan Kuesioner Kreativitas Berwirausaha
- 4.3 Pertanyaan Kuesioner Keberhasilan Usaha
- 4.4 Hasil uji R-Square
- 4.5 Hasil uji Path Coefficient

DAFTAR GAMBAR

1.1 Presentasi jumlah penggunaan media sosial

1.2. Kerangka pemikiran

3.1. Desain Penelitian

4.1 Pie Chart Jenis Kelamin

4.2 Pie Chart Pendidikan Terakhir

4.3 Pie Chart Jenis Usaha Kuliner

4.4 Pie Chart Lama usaha kuliner

4.5 Pie Chart Cabang usaha

BAB I

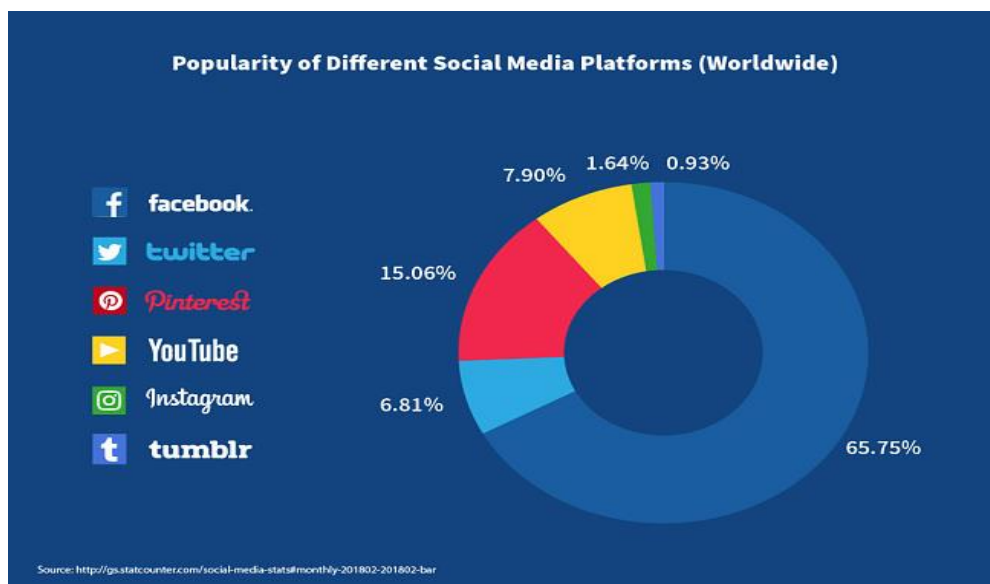
PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Di era milenium, peran media sosial menjadi penting bagi peluang komersialisasi membantu UMKM memanfaatkan pengetahuan. Dengan mengubah pengetahuan pelaku usaha disebut kreatif dalam segala aspek. Pelaku usaha dapat berinvestasi dalam inovasi yang menghasilkan pendapatan dan layanan baru melalui teknologi inovatif (Baletti, 2011). UMKM yang berkembang pesat saat ini adalah UMKM yang bergerak di bidang Industri makanan dan minuman. Industri ini merupakan industri dengan potensi pendapatan terbesar bidang perekonomian nasional. Industri kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang akan dijalankan dikarenakan usaha ini dekat dengan kebutuhan manusia, seperti usaha makanan ringan, makanan pokok, dan juga minuman.

Menurut DataIndonesia.id yang dilaporkan oleh We Are Social menunjukkan pada Januari 2023 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta. Jumlah ini setara dengan 60,4% populasi negara. Jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 turun 12,57% dari 191 juta pada tahun sebelumnya. Penurunan ini merupakan yang pertama dalam hampir satu dekade.



Gambar 1.1. Presentase jumlah penggunaan media sosial

Sumber: <https://id.wizcase.com/blog/23-statistik-mengagumkan-pada-internet-dan-media-sosial/>

Berdasarkan gambar diatas merupakan presentase jumlah penggunaan media sosial di dunia antara lain yang pertama adalah facebook dengan presentase terbesar sebesar 65,75%, kedua pinterest dengan presentase sebesar 15,06%, ketiga youtube dengan 7,90%, keempat twitter 6,81%, kelima instagram 1,64%, dan yang terakhir keenam tumblr dengan presentase terkecil hanya 0,93%.

Media sosial dapat digunakan untuk komunikasi bisnis, Membantu memasarkan produk dan layanan, berkomunikasi dengan pelanggan, dan Pemasok, merek pelengkap, pengurangan biaya dan penjualan online. Saat ini, media sosial online sering digunakan untuk mempromosikan produk Diantaranya adalah Facebook, Twitter, Pinterest, Youtube, Instagram, dan Tumblr karena target pasarnya adalah semua orang.

Media sosial sangat digemari oleh para pemilik UMKM untuk mengembangkan usahanya. Media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar dan masyarakat menerima informasi lebih cepat melalui internet. Karena jaringan Internet sangat luas dan tidak memiliki batasan waktu dan wilayah, maka dapat digunakan dengan mudah dan cepat sehingga memungkinkan usaha kecil, menengah untuk lebih berani mempromosikan produk mereka, dengan menjadikannya media pemasaran yang efektif.

Tabel 1.1. Manfaat dari penggunaan media sosial

No	Keterangan	%
1	Pendapatan	88,4
2	Jangkauan pelanggan	82,8
3	Jumlah orderan	82,7
4	Jumlah pelanggan	81,6
5	Ilmu manajemen usaha	26,9
6	Jumlah karyawan	23,9
7	Jumlah toko	16,5
8	Lainnya	0,2

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/08/pakai-delivery-online-umkm-kuliner-akui-ada-perkembangan-dari-pendapatan-hingga-jumlah-toko>

Pemilik Usaha Kecil, dan Menengah Kuliner, UMKM, mengaku mengalami perkembangan sejak digunakannya jasa pengiriman makanan online (OFD). Temuan tersebut didasarkan pada penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Alvara Strategic.

Peningkatan terbesar adalah peningkatan keuntungan yang dirasakan oleh 88,4% responden. Kedua, lebih mudah menjangkau pelanggan, dengan proporsi 82,8%. Ketiga, peningkatan jumlah pesanan sebesar delapan puluh dua,7%. Di posisi keempat, peningkatan jumlah klien dirasakan oleh 81,6% responden. Berikutnya, ke-lima, dengan lubang yang cukup besar, mungkin akan terjadi peningkatan dalam hal informasi pengendalian perusahaan, terkait dengan penjualan atau periklanan, sebesar 26,9% dari seluruh responden. Keenam, sebanyak 23,9% responden mengakui adanya peningkatan jumlah personel. 7, terjadi pertumbuhan jumlah toko dari enam belas,5% responden.

Sedangkan yang lainnya sebesar 0,2%. Alvara mengatakan peningkatan variasi pembeli berkorelasi positif dengan perluasan jangkauan pesan-antar makanan. “Sebelum bermitra dengan OFD, 4 dari 5 UMKM tidak menyediakan transportasi pangan. Oleh karena itu, pendapatan, banyaknya pesanan, dan jumlah pelanggan berlipat ganda dengan cepat ketika bergabung dengan OFD,” tulis Alvara (2022) dalam laporannya.

Menurut Nairi (2023) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM sektor kuliner yaitu rasa, presentasi, kesegaran, konsistensi, dan pelatihan staff. Menurut (Rahmi et al 2018) cita rasa, pengalaman berjual, kebersihan tempat, karakter penjualan, keamanan area parkir, lokasi, dan kenyamanan tempat dapat mempengaruhi keberhasilan usaha kuliner. Menurut (Fauzan et al 2017) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kuliner antara lain modal awal, nama perusahaan, dan harga produk. Kualitas produk, harga, lokasi, dan periklanan merupakan aspek yang mempengaruhi kinerja UMKM kuliner (Kusnanto et al 2022). Menurut (Agus et al 2022) menunjukkan bahwa ciri-ciri yang mempengaruhi keberhasilan UMKM sektor kuliner ialah pemilik usaha, uang, promosi, dan kualitas produk merupakan elemen yang menentukan kinerja UMKM di industri kuliner.

Menurut Fadly (2018) makanan nasional adalah salah satu lambing yang menunjukkan bagaimana suatu Negara memandang makanan sebagai bagian dari jati diri nasional. Menurut Lynda CNBC Indonesia (2018) Subsektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan terhadap industri kreatif Indonesia, Unit ini menyumbang sampai 41,4% dari total kontribusi. Dengan begitu kuliner mempunyai potensi yang sangat besar untuk terus berkembang.

Menurut Wilson et al (2023) Kreativitas mempunyai pengaruh yang baik dan besar terhadap keberhasilan UMKM kuliner, sedangkan media sosial mempunyai pengaruh yang kurang baik. Menurut Malvin et al (2023) Kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Menurut

Yasa et al (2020) Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi media sosial mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Menurut Yohani et al (2020) Kinerja usaha kuliner dipengaruhi oleh pola pikir kewirausahaan dan media sosial, sedangkan lingkungan tidak banyak berpengaruh. Menurut Nurul (2022) Secara parsial dan simultan inovasi dan kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan kinerja UMKM kuliner.

Jadi permasalahannya adalah media sosial dan kreativitas wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner, media sosial dan kreativitas wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM kuliner, dan juga media sosial tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner.

Adapun fenomena media sosial yang akhir akhir ini sedang berkembang sangat pesat yaitu dengan istilah influencer, influencer adalah suatu bentuk pemasaran media sosial yang dilakukan oleh orang/kelompok yang mempunyai cukup banyak followers/pengikut di media sosial lalu dapat memberikan pengaruh kepada orang lain dengan cara melibatkan promosi produk dan keahlian pengaruh sosial yang membuat orang-orang menjadi tertarik terhadap produk/jasa tersebut sehingga terpengaruh dan ingin mencoba. Fenomena ini sudah terbukti dengan banyak orang yang menjadi influencer dengan mempromosikan produk. Bahkan banyak yang sukses menjadi seorang influencer dan suatu usaha berhasil mencapai.

keberhasilan usaha berkat fenomena influencer tersebut, contoh influencer sukses di Indonesia seperti Arief muhammad, Deddy corbuzier, dll. Contoh usaha yang terpengaruh itu banyak sekali jika di dalam UMKM kuliner, bisa seperti ayam geprek Gian, Xing Fu Tang/minuman boba lainnya, dll.

Kajian ini dilakukan untuk mengukur perkembangan digitalisasi UMKM kuliner di Indonesia dengan menggunakan OFD atau ojek online. Minimal 1.937 pelaku UMKM yang menjadi responden. Mereka tersebar di lima wilayah terpenting di Indonesia, yakni Jabodetabek, Surabaya, Medan, Makassar, dan Bandung. Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang diatas penulis merasa tertarik untuk mencari tahu mengenai **Pengaruh media sosial dan kreativitas wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah (UMKM) kuliner daerah Jakarta Barat.**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner daerah Jakarta Barat.
2. Kreativitas wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner daerah Jakarta Barat.
3. Media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM kuliner.
4. Kreativitas wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM kuliner.
5. Media sosial tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner.

3. Batasan Masalah

Untuk mempermudah pembahasan pada penelitian ini,

- a. Variabel X yang digunakan dalam penelitian ini yaitu X1 Media Sosial, dan X2 Kreativitas wirausaha.
- b. Responden: Para pelaku UMKM kuliner di Jakarta Barat.
- c. Waktu penelitian: September 2023 – Desember 2023.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah media sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner daerah Jakarta Barat?
2. Apakah kreativitas wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner daerah Jakarta Barat?

B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Dari latar belakang serta perumusan masalah maka tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

a. Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner daerah Jakarta Barat.

2. Menganalisis pengaruh kreativitas wirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner daerah Jakarta Barat.

b. Manfaat

Manfaat dalam penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritik: Untuk memperoleh bukti-bukti data empiris tentang pengaruh antara media sosial dan kreativitas wirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner daerah Jakarta Barat yang akan bermanfaat untuk megembangkan ilmu pengetahuan, dan akademis mahasiswa di dalam bidang Kewirausahaan.

2. Manfaat Manajerial: Penelitian ini dapat menjadi sebuah bahan informasi dan sebagai referensi tambahan yang berkaitan dengan variabel di dalam penelitian yaitu pengaruh antara media sosial dan kreativitas wirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner daerah Jakarta Barat.

Penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui adanya Pengaruh Media Sosial dan Kreativitas Berwirausaha terhadap keberhasilan usaha micro dan kecil sector kuliner di Jakarta Barat dan sekitarnya. Sehingga peneliti menarik kesimpulan yakni:

- 1) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha
- 2) Kreativitas berwirausaha berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan usaha

B. KETERBATASAN DAN SARAN

Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian sebagai berikut: pertama, penelitian ini menggandakan hasil penelitian terdahulu sebagai dasar penelitian, yang berkemungkinan memiliki keterbatasan dan relevansi yang perlu untuk dipertimbangkan. Kedua, jumlah responden terbatas hanya 65 orang untuk kriteria sample yang diambil adalah para pelaku usaha umkm kuliner di Jakarta barat dan sekitarnya. Karena sampel yang terbatas memungkinkan tidak mewakili populasi secara keseluruhan. Selain itu hasil penelitian tidak dapat langsung diterapkan secara umum.

Dalam proses pengumpulan data melalui kuesioner online terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kejujuran responden. Adanya perbedaan dalam inteprestasi pertanyaan atau pendapat yang sebetulnya memengaruhi hasil penilitian. Pentingnya mengetahui keterbatasan-keterbatasan dan mempertimbangkan maksud dalam penafsiran hasil penilitian. Dengan menyadari batasan tersebut peniliti mampu mengetahui batasan interpretasi dan generalibitas temuan penilitian.

C. SARAN

Melihat hasil penilitian ini belum sempurna, diharakan agar peniliti selanjutnya dapat memperluas penelitian ini dengan menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Disarankan bagi peniliti selanjutnya untuk memperluas cakupan populasi yang digunakan sebagai sampel penilitian dengan tujuan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSAKA

Wilson Rendy Wijaya & Sarwo Edy Handoyo. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL, KREATIVITAS, MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM KULINER JAKARTA UTARA. Vol. 05, No. 03, Juli 2023 : hlm 797 - 804
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/25449>

- Lia Purnama Sari, Zuhri M Nawawi, Nuri Aslami. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Lokasi Usaha Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pedagang Kuliner Di Kecamatan Sunggal).
<http://www.jurnal.minartis.com/index.php/jemb/article/view/1095>
- Kevin & Ida Puspitowati. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. Vol 2 No. 3
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/9573/6075/25902>
- Erika Theodora. (2022). PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN UMKM KULINER KOTA BANDUNG. 24751 – FE
<https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/15533/Cover%20-%20Bab1%20-%20202017120005sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rosmala Dewi & Tati Herlina. (2021). PENGARUH KREATIVITAS DAN KEMAMPUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM KULINER DI BATURAJA TIMUR KABUPATEN OKU. Vol 2 No 1 (2021)
<https://journal.unbara.ac.id/index.php/JMBU/article/view/914/635>
- Budi Dharma, Lia Purnama Sari, & Zahrina Ghaisany Pulungan. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS) Vol.1, No.4 NOVEMBER 2022
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/942/927>
- Malvin Hariyanto & Mei Ie. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 05, No. 02, April 2023 : hlm 511 - 518
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/23422/14186>
- Gusti Agung Surya Tanti. (2020). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial Di Kecamatan Buleleng. Vol. 11 No. 2 (2020)
<https://repo.undiksha.ac.id/2584/>
- Yunita Sari, Munajat & Fifian Permatasari. (2021). Creativity, Innovation and Promotion Variables as Determinants of Culinary Bussiness Success in OKU Regency. Vol. 12 No. 3 (2021): Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik) <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen/article/view/4702/2862>

- Alkusani & Rida Ilmafa'ati. (2021). The Influence of Entrepreneurship, Creativity and Business Location on Business Success. Vol 2 No 1 (2021) <http://journal.umg.ac.id/index.php/innovation/article/view/2397/1481>
- Taufik Fauzi Faturrohman, Risa Amelia, & Yusuf Iskandar. (2023). Creative Economy Development Strategy Using the Penta Helix Method: Study of the Culinary Industry in Sukabumi City. ISBN 978-94-6463-226-2. ISSN 2352-5428 <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icemac-22/125990497>
- Farida Suldina. (2023). The Influence Of Sosial Network On The Success Of Umkm Entrepreneurs: A Study On Indonesian Entrepreneurs. Vol. 1 No. 5 (2023): Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and Development <http://journalenrichment.com/index.php/jr/article/view/44>
- Nurcahyadi, Anas Iswanto Anwar, & Sanussi Fattah. Analysis of digital transformation on the economic growth of culinary business In Makassar City. Vol. 7 No. 2 (2023): Agustus: Manajemen, Teknologi Informatika dan Komunikasi (Mantik) <http://www.iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/3956>
- Hasim. (2021). The Use of Online Media as A Means of Marketing Communication for Msmes in Bandung. The Use of Online Media as A Means of Marketing Communication for Msmes in Bandung. Vol. 2 No. 3 (2021): Journal of Social Science <https://jsss.co.id/index.php/jsss/article/view/130/152>
- Tatik Suryani, Abu Amar Fauzi, & Mochamad Nurhadi. (2020). Some-Q: A Model Development and Testing for Assessing the Consumers' Perception of Sosial Media Quality of Small Medium-Sized Enterprises (SMEs). Journal of Relationship Marketing 20(1):62-90 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15332667.2020.1717277>
- Merry Mita Moy, Eko Ruddy Cahyadi, & Elisa Anggraeni. (2020). THE IMPACT OF MEDIA SOSIAL ON KNOWLEDGE CREATION, INNOVATION, AND PERFORMANCE IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, Vol. 6 No. 1 <https://journal.ipb.ac.id/index.php/ijbe/article/view/29592/19254>

- Rahayu & Sudarmiatin. (2022). Effects of Influencers on Social Media on Interest in Buying East Java Culinary. ISSN: 2722 – 4015
<https://www.ijstm.inarah.co.id/index.php/ijstm/article/view/519/477>
- Adhisthy Shabrina Nurqamarani, Agus Priyanto, Sarah Fadilla. (2022). TECHNOLOGY ADOPTION STRATEGY OF SOCIAL MEDIA IN MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES. P-ISSN: 2580 – 3115; E-ISSN: 2580 – 3131 <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/RJABM/article/view/6633/6072>
- Yunita Sari, Munajat & Fifian Permatasari. (2021). Creativity, Innovation and Promotion Variables as Determinants of Culinary Business Success in OKU Regency. Vol. 12 No. 3 (2021): Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik) <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen/article/view/4702/2862>
- Kusnanto Darmawan, Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, Ninik Lukiana. (2022). MENGUAK KEBERHASILAN WARUNG MAKAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI MASA PANDEMI COVID-19. Journal of Innovation Research and Knowledge Vol. 2 No. 1 ISSN 2798-3471
<https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/download/2464/1715>
- Fauzan Anggi Prasatya, Tjahja Muhandri, Eko Ruddy Cahyadi. (2017). Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima di Kota Serang. Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah Vol. 12 No. 2, ISSN 2085-8418
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Rahmi Rosita, Kun Purwanto, Darmawan. (2018). Menganalisis Faktor Penentu Keberhasilan UMKM di Bekasi. Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online) vol 2, No.4, 383-396.
<http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/download/121/68/>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Fauzan Anggi Prasatya, Tjahja Muhandri, Eko Ruddy Cahyadi. (2017). Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima di Kota Serang. Jurnal Pengembangan Industri Kecil Menengah Vol. 12, No. 2, ISSN 2085-8418.
<https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.187-193>

- Ida Nurcahyani. (2021). Kreatif kembangkan bisnis kuliner kekinian. <https://www.antaranews.com/berita/2369154/kreatif-kembangkan-bisnis-kuliner-kekinian>
- Lynda Hasibuan & CNBC Indonesia. (2018). Kuliner Dominasi Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180206193848-333704/kuliner-dominasi-sektor-ekonomi-kreatif-indonesia>.
- Rori Anjuari & Melisa Zuriani Hasibuan. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM KULINER DI DESA BANDAR SETIA DELI SERDANG. Jurnal Mutiara Manajemen Vol 7 No 2, 2022 https://www.researchgate.net/publication/373431764_PENGARUH_KARAKTERISTIK_WIRAUSAHA_DAN_KREATIVITAS_TERHADAP_KEBERHASILAN_USHA_A_PADA_UMKM_KULINER_DI_DESA_BANDAR_SETIA_DELI_SERDANG
- Diapriila Sondakh, Valentine Lumingkewas, Lidya Chitra Laoh, Green Arther Sandag. (2022). PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PENJUALAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENEGAH (UMKM). Klabat Journal of Management Vol. 3 No. 1 https://www.researchgate.net/publication/372397916_PENGARUH_SOSIAL_MEDIA_MARKETING_TERHADAP_PENJUALAN_USAHA_MIKRO_KECIL_DAN_MENENGAH_UMKM
- Dudun Supriadi. (2017). Implementasi Manajemen Inovasi dan Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran. 2017 December, Volume 1 Number 2 <https://jurnal.unigal.ac.id/ijemar/article/view/944/840>
- Ninda Annisa Mufida Pertiwi, Margono Setiawan, Mintarti Rahayu. (2022). Social Media Adoption and Innovation On Culinary MSMEs Performance Through Competitive Advantages During COVID-19. P-ISSN: 2808-0467 E-ISSN: 2808-505 https://www.researchgate.net/publication/364713878_Social_Media_Adoption_and_Innovation_on_Culinary_MSMEs_Performance_Through_Competitive_Advantages_During_COVID-19