

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut UMKM merupakan jenis usaha yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Salah satu kota di Jawa Barat yang mengalami pertumbuhan yang bagus untuk UMKM adalah kota Bandung. Saat ini Indonesia sudah memasuki era revolusi 4.0 yang kecepatan dan ketepatan menjadi kunci utama untuk bisa memenangkan persaingan . Revolusi 4.0 juga telah mengubah tatanan sistem perindustrian menjadi teknologi digital. Media sosial dan internet telah menambah tempat pemasaran yang lebih luas bagi pelaku usaha mikro untuk mengembangkan bisnisnya di daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adopsi media sosial terhadap kinerja UMKM yang ada di kota Bandung menggunakan kerangka TOE (*Technology-Organization-Environment*). Penelitian ini memiliki variabel *Technology* (X1), *Organization* (X2), *Environment* (X3), Adopsi Media Sosial (Y) dan Kinerja UMKM (Z). metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sample 116 responden. hasil yang diperoleh dengan menggunakan *software* Smart PLS 3.0 adalah *technology*, *organization*, dan *environment* berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi media sosial sebesar 72,1% dan adopsi media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM sebesar 39,8%.

Kata Kunci: TOE *Framework*, adopsi media sosial, kinerja UMKM