

Systematic Literature Review: Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Teknologi Digital Untuk Keberhasilan Jangka Panjang

Iqlima Nurhaliza

Universitas Persada Indonesia Y.A.I

email: iqlimanurhaliza@gmail.com

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia plays a strategic role in strengthening the national economy. In the digital era, the integration of technology into MSME development has become essential to ensure their long-term success. This research aims to explore digital-based development strategies for MSMEs to enhance their competitiveness and sustainability. The research method used is a Systematic Literature Review (SLR) by analyzing 20 relevant journal articles from 2018 to 2023. The findings indicate that digital technology provides broad opportunities for MSMEs in terms of market expansion, operational efficiency, and innovation. However, challenges such as lack of digital skills, limited access to infrastructure, and low awareness among MSME actors remain. Therefore, the study recommends strategic efforts such as digital literacy training, digital platform development, and supportive policies from the government. This research contributes to the development of more effective strategies to encourage the digital transformation of MSMEs in Indonesia.

Keywords: *Digital Transformation, MSMEs, Digital Technology, Long-term Sustainability*

Latar Belakang Teoritis

Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian negara Indonesia (Aprieni et al., 2024). Peran UMKM penting karena merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja yang menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau 97% dari total angkatan kerja serta berkontribusi lebih dari 61% terhadap PDB nasional serta dengan Rp9.580 triliun pada tahun 2023 (Yulya Ammi Hapsari et al., 2024). Oleh karena itu, peran UMKM sangat penting bagi perekonomian negara Indonesia. Di era globalisasi, para pelaku usaha dituntut untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut khususnya dalam teknologi digital (Ryan Pratamansyah, 2024). Digitalisasi memberikan manfaat khususnya dalam konteks UMKM. Manfaat ini berpotensi memberikan peluang pelaku usaha untuk mencapai keberhasilan usaha jangka panjang. Bagi UMKM, transformasi digital telah membuka peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat citra merek dengan memanfaatkan berbagai teknologi, seperti *e-commerce*, *fintech* dan media sosial (Muharir, 2024). Dengan adanya platform digital, UMKM kini dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah,

bahkan hingga pasar internasional (Lenti Susana Saragih et al., 2024). Hal ini juga memungkinkan penghematan biaya operasional, karena kebutuhan akan sewa tempat fisik dapat dikurangi dan proses transaksi menjadi lebih cepat (Mendrofa et al., 2025).

Selain perluasan jangkauan konsumen, sosial media juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun identitas merek, serta memperluas pemasaran dengan cara yang lebih terjangkau dan efektif (Nur Laili Fikriah et al., 2024). Terlebih lagi, dalam situasi krisis seperti pandemi, digitalisasi telah menjadi solusi adaptif yang memungkinkan UMKM untuk tetap beroperasi, memasarkan produk secara *online*, dan menjaga kelangsungan usaha meskipun ada pembatasan fisik dan perubahan pola konsumsi (Ario Johan & Lukviana Wati, 2023).

Oleh karena itu, teknologi digital berpotensi untuk membantu UMKM dalam mengembangkan usaha dan mencapai keberhasilan jangka panjang usahanya. Meskipun teknologi digital berpotensi dalam membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam menerapkan teknologi tersebut.

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan bisnis, termasuk bagi UMKM. Meskipun digitalisasi membuka peluang besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta memperkuat relasi dengan konsumen melalui platform digital, implementasinya di tingkat UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM yang berdampak pada keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi secara maksimal.

Selain itu, keterbatasan modal dan kurangnya tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital menjadi faktor penghambat dalam proses transformasi ini. Infrastruktur teknologi yang belum memadai, terutama di wilayah non-perkotaan, juga menyebabkan akses terhadap internet dan perangkat pendukung bisnis digital masih terbatas. Sementara itu, perubahan preferensi konsumen ke arah layanan serba digital menuntut UMKM untuk mampu memberikan respons yang cepat dan tepat. Kurangnya pemahaman dalam membangun koneksi bisnis digital dan mengelola platform pemasaran online juga memperkuat tantangan yang dihadapi (Herwanda & Restu Ismoyo Aji, 2023).

Berbagai penelitian telah mengkaji terkait strategi pengembangan usaha berbasis digital untuk keberhasilan jangka panjang khususnya dalam konteks UMKM. Menurut hasil penelitian Nashir et al., (2025) menyatakan bahwa berbagai permasalahan seperti, literasi digital, keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja, infrastruktur teknologi dan preferensi konsumen berpengaruh signifikan secara bersama-sama dalam penyusunan strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital untuk keberhasilan jangka panjang. Kemudian, berdasarkan hasil penelitian Rosifa et al., (2024) secara eksplisit menjelaskan bahwa literasi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perilaku UMKM yang berakibat pada strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital untuk keberhasilan usaha jangka panjang. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Fadilah, (2024) yang menyatakan bahwa literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap beberapa aspek di atas. Kemudian

hasil penelitian (Parawangsa et al., 2024) mengemukakan bahwa infrastruktur teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi teknologi digital khususnya dalam bidang UMKM. Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa berbagai studi membahas adopsi teknologi dan pengaruh berbagai masalah yang dihadapi UMKM dalam adopsinya. Namun, belum ada yang menjelaskan terkait strategi yang paling efektif dalam strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital untuk keberhasilan usaha jangka panjang.

Penelitian ini perlu dilakukan mengingat banyaknya tantangan yang dihadapi pelaku usaha dan ketidakpastiannya strategi dalam adopsi teknologi digital yang pada akhirnya berdampak pada perencanaan strategi yang tepat dalam pengembangan UMKM berbasis teknologi digital untuk keberhasilan usaha jangka panjang.

Kajian ini menggunakan metode penelitian *Systematic Literature Review* (SLR). *Technology-Organization-Environment* (TOE) digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi digitalisasi UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha terkait strategi efektif dalam hal pengembangan UMKM berbasis bisnis teknologi digital untuk keberhasilan jangka panjang.

Metode Penelitian

Penelitian ini melihat strategi pengembangan UMKM yang berbasis teknologi digital yang berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang melalui peninjauan literatur sistematis (SLR). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Systematic Literature Review* (SLR). SLR adalah pendekatan yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menggabungkan hasil penelitian sebelumnya tentang strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital untuk keberhasilan jangka panjang. Strategi ini dipilih untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang bagaimana teknologi digital digunakan untuk membangun UMKM dan bagaimana hal itu berdampak pada keberlanjutan usaha. SLR melibatkan sejumlah langkah penting. Ini

termasuk menentukan topik dan fokus penelitian, membuat kata kunci, mencari artikel di data base ilmiah seperti Google Scholar, mendeley, dan sinta, menyaring artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, dan kemudian melakukan analisis tematik pada artikel yang telah dipilih (Sari Lubis & Very, 2024).

Perumusan Pertanyaan Penelitian

Apa saja strategi digital yang telah digunakan oleh UMKM selama proses pengembangan bisnis mereka? Bagaimana pengaruh teknologi digital terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang?

Strategi Pencarian Literatur

Pencarian literatur dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis untuk menemukan artikel ilmiah tentang strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci seperti UMKM digital, strategi pengembangan UMKM, transformasi digital UMKM, dan keberlanjutan UMKM. Database daring seperti Google Scholar, mendeley, dan *publish or perish* digunakan. Untuk memastikan relevansi dan kebaruan penelitian, pencarian dibatasi pada artikel yang terbit dari tahun 2020 hingga 2025.

Kriteria inklusi:

1. Artikel ilmiah yang membahas UMKM dan penerapan teknologi digital.
2. Artikel yang memuat strategi atau pendekatan pengembangan UMKM dalam konteks digitalisasi.
3. Artikel berbahasa Indonesia atau Inggris.

Kriteria Eksklusi:

1. Artikel ini merupakan replika dari berbagai sumber database.
2. Artikel yang tidak mengandung metodologi atau data jelas.
3. Artikel yang hanya berbicara tentang teknologi dan tidak membahas UMKM.

Proses seleksi artikel:

1. tahap awal: mencari dan mengidentifikasi 50 artikel dengan judul, topik, dan kata kunci yang relevan
2. tahap kedua: penyaringan, artikel dipilih berdasarkan judul dan abstrak, menyingkirkan artikel yang tidak relevan atau berulang; tersisa 30 artikel.
3. Ketiga: tahap kelayakan menilai isi penuh artikel dan mengecualikan yang tidak sesuai dengan fokus kajian, menghasilkan 15 artikel.
4. Keempat: tahap inklusif, memilih artikel yang memenuhi seluruh kriteria untuk dianalisis lebih lanjut.

Teknik analisis data

Analisis ini menggunakan metode analisis data Systematic Literature Review (SLR), yang menggunakan metode analisis tematik.

1. Analisis (Bindarto, 2022) tematik dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan topik utama terkait strategi pengembangan UMKM berbasis digital.
2. menggunakan pendekatan Teknologi – Organisasi – Lingkungan (TOE) untuk membuat kerangka sintesis hasil dan memahami komponen utama yang memengaruhi keberhasilan digitalisasi UMKM berbasis digital
3. analisis isi, digunakan untuk meninjau konten artikel secara menyeluruh dengan mempertimbangkan kata kunci, konsep, dan narasi yang relevan. Metode ini membantu dalam pemilihan artikel yang paling relevan dengan topik penelitian.

Pendekatan *Systematic Literature Review* menekankan pentingnya integrasi teori dalam sintesis literatur untuk menghasilkan kontribusi konseptual yang kuat (Sari Lubis & Very, 2024).

Instrumen Pendukung

Sumber data berasal dari literatur sekunder. Maka dari itu, tidak digunakan instrumen eksperimen atau survei.

Untuk pengelolaan referensi, digunakan perangkat lunak Mendeley.

Hasil Dan Pembahasan

Beberapa penelitian dan pengembangan yang dilakukan 5 tahun terakhir yang meneliti

terkait Strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital untuk keberhasilan

jangka panjang disajikan dalam 1 tabel berikut.

Table 1
Literature Review

No.	Judul penelitian	Penulis dan Tahun	Hasil penelitian
1.	Analisis Systematic Literature Review Tentang Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Melalui Digitalisasi Proses Bisnis	(Husna & Susyanti, 2024)	Digitalisasi proses bisnis UMKM meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, serta daya saing, namun masih menghadapi tantangan literasi digital dan infrastruktur.
2.	Strategi Pengembangan UMKM dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi	(Bindarto)	Keberhasilan UMKM dalam ekonomi digital dipengaruhi oleh minat, sikap, dan kemampuan individu terhadap teknologi; strategi digitalisasi meliputi perluasan pasar, peningkatan kualitas produk, dan optimalisasi pemasaran online.
3.	Strategi UMKM dalam Menghadapi Digitalisasi	(Evangelista et al., 2023)	Digitalisasi penting untuk daya saing UMKM; strategi meliputi pembaruan teknologi, pelatihan SDM, optimalisasi media sosial, dan kolaborasi dengan pemerintah.
4.	A Systematic Literature Review: Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital	(Hakam et al., n.d.)	Peningkatan kualitas SDM dan adopsi teknologi digital menjadi kunci pengembangan UMKM di era digital.
5.	SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW PERANAN DIGITAL BAGI USAHA USAHA MIKRO DAN MENENGAH (UMKM)	(Sari Lubis & Very, 2024)	Digitalisasi berperan penting dalam pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, namun perlu integrasi strategi, pelatihan, dan dukungan regulasi.
6.	Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0	(Lenti Susana Saragih et al., 2024)	Digital marketing efektif meningkatkan ekspor dan daya saing UMKM, namun perlu edukasi dan pendampingan berkelanjutan
7.	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital: Tantangan dan Peluang	(Zahra Firdausya et al.) 2023)	Digitalisasi meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan kepuasan pelanggan UMKM, namun masih terkendala akses dan keterampilan digital

8.	Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19	(Arianto, 2020)	Digitalisasi melalui marketplace dan media sosial menjadi solusi utama UMKM bertahan dan berkembang di masa pandemi ⁶
9.	Analisis Pengembangan UMKM Go Digital dalam Penyelamatan Perekonomian Indonesia	(Sari Purba et al., n.d.)	Digitalisasi UMKM menjadi strategi penting untuk mencegah resesi ekonomi, dengan validasi ide, konsistensi, dan pengembangan bisnis digital sebagai kunci keberhasilan
10.	Digital Transformation of MSMEs in Indonesia: A Systematic Literature Review	(Purnomo et al.)	Transformasi digital meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi, dan profitabilitas UMKM, namun masih terkendala sumber daya dan keterampilan teknis.

Hasil dari kajian literatur sistematis ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital bukan sekadar tentang pemanfaatan alat atau platform digital, melainkan sebuah proses transformasi struktural dan kultural yang kompleks. Pendekatan yang digunakan dalam studi ini mengacu pada kerangka TOE (Technology-Organization-Environment), yang memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan adopsi dan pemanfaatan teknologi digital dalam jangka panjang oleh UMKM.

Dari dimensi teknologi, ditemukan bahwa mayoritas UMKM mulai mengadopsi teknologi digital melalui media sosial, e-commerce, dan aplikasi keuangan sederhana. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Syihabuddin dan Hidayat (2021), yang menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram dan WhatsApp menjadi media utama dalam strategi pemasaran digital UMKM karena kemudahan penggunaannya dan biaya rendah. Namun, pendekatan ini masih bersifat permukaan dan belum menyentuh integrasi digital yang lebih dalam, seperti Enterprise Resource Planning (ERP) atau sistem Customer Relationship Management (CRM). Kondisi ini mencerminkan keterbatasan dalam literasi digital dan infrastruktur teknologi yang dimiliki UMKM, sehingga strategi digitalisasi masih bersifat pragmatis dan bertahap. Kusumawardhani (2022) juga menyampaikan bahwa walaupun teknologi tersedia,

keterbatasan dalam penguasaan fitur serta kekhawatiran terhadap keamanan data menjadi hambatan adopsi lanjutan. Maka, strategi pengembangan berbasis teknologi harus memperhatikan ketersediaan pelatihan teknis secara berkelanjutan dan penyederhanaan sistem teknologi agar sesuai dengan konteks UMKM lokal. Pada aspek organisasi, studi ini menekankan bahwa kesiapan internal merupakan penentu utama dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. Artikel yang dikaji menyoroti bahwa kepemimpinan yang terbuka terhadap inovasi, ketersediaan tenaga kerja terampil, serta struktur organisasi yang fleksibel memainkan peran penting. Wulandari (2020) menggarisbawahi bahwa UMKM dengan kepemimpinan transformatif lebih siap menghadapi tantangan digitalisasi karena memiliki visi yang jelas dan kemauan untuk berubah. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya soal alat, melainkan juga soal *mindset* pelaku usaha. Saadah (2023) menambahkan bahwa kemampuan manajerial pelaku UMKM dalam mengambil keputusan strategis terkait teknologi turut menentukan keberhasilan proses transformasi. Dalam konteks ini, digitalisasi harus diposisikan sebagai bagian integral dari strategi bisnis, bukan sekadar tambahan operasional. Keterlibatan seluruh aktor dalam organisasi — termasuk pekerja, manajemen, dan mitra usaha — menjadi penting agar proses adopsi teknologi dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan.

Dimensi lingkungan memperlihatkan peran

signifikan dari aktor eksternal, khususnya pemerintah dan institusi keuangan. Program-program pelatihan digital, bantuan permodalan, dan akses ke infrastruktur internet merupakan bentuk intervensi yang krusial dalam mendukung transformasi digital UMKM. Penelitian Aprieni et al. (2024) memperlihatkan bahwa intervensi pemerintah dalam bentuk pelatihan digitalisasi, bantuan subsidi kuota internet, dan pembuatan aplikasi lokal sangat membantu dalam proses adopsi teknologi. Namun, masih ditemukan adanya kesenjangan antara kebijakan yang dirancang dengan realitas lapangan, terutama di wilayah-wilayah terpencil yang belum memiliki akses digital yang memadai. Bindarto (2022) menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam menciptakan ekosistem digital yang ramah bagi UMKM, termasuk akses pada pasar digital global dan layanan fintech. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM tidak bisa mengandalkan satu pihak semata, tetapi membutuhkan sinergi lintas sektor yang berkelanjutan.

Jika ketiga dimensi TOE tersebut dianalisis secara interdependen, tampak bahwa ketidakseimbangan dalam salah satu aspek akan menghambat keseluruhan proses pengembangan UMKM berbasis teknologi digital. Misalnya, adopsi teknologi yang canggih tidak akan memberikan hasil signifikan apabila tidak diimbangi dengan kapasitas SDM internal yang memadai. Demikian pula, kapasitas organisasi tidak akan berkembang optimal tanpa adanya insentif dan ekosistem eksternal yang mendukung. Oleh sebab itu, strategi pengembangan harus diarahkan pada pembentukan *digital readiness ecosystem* yang mencakup peningkatan infrastruktur digital, pembangunan kapasitas organisasi, dan kolaborasi multipihak dalam ekosistem UMKM.

Menjawab pertanyaan penelitian utama, hasil kajian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital yang efektif untuk keberhasilan jangka panjang harus dirancang secara sistemik dan kontekstual. Strategi tersebut tidak bisa bersifat generik, melainkan harus disesuaikan dengan kondisi teknologi yang tersedia, kapasitas internal pelaku usaha, serta dinamika

lingkungan eksternal. Pengembangan ini juga memerlukan pendekatan yang berkelanjutan, artinya tidak berhenti pada tahap adopsi awal teknologi, tetapi terus berkembang melalui proses evaluasi, peningkatan kapasitas, dan inovasi yang konsisten. Tanpa keberlanjutan ini, strategi digitalisasi hanya akan menjadi agenda sementara tanpa dampak yang mendalam terhadap keberlanjutan usaha. Dengan demikian, transformasi digital UMKM di Indonesia harus dipahami sebagai proses evolutif yang membutuhkan dukungan dari berbagai dimensi sekaligus. Pemerintah, akademisi, sektor swasta, dan pelaku UMKM sendiri perlu menyusun strategi yang selaras dan saling menguatkan. Hanya melalui pendekatan multidimensional yang terpadu dan berbasis bukti seperti yang ditunjukkan dalam kajian ini, UMKM dapat mengoptimalkan teknologi digital sebagai pendorong utama keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital memainkan peran sentral dalam memperkuat ketahanan dan keberlangsungan usaha di era modern. Penggunaan teknologi seperti platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan digital secara nyata memberikan dampak positif terhadap efisiensi proses bisnis, perluasan akses pasar, serta peningkatan daya saing UMKM. Meski demikian, keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi itu sendiri, melainkan juga oleh kesiapan internal pelaku usaha, seperti kemampuan manajerial, keterampilan digital tenaga kerja, serta kepemimpinan yang terbuka terhadap inovasi. Di samping itu, dukungan eksternal dalam bentuk regulasi yang adaptif, pelatihan terstruktur, infrastruktur yang merata, dan kolaborasi lintas sektor menjadi faktor penting yang memperkuat proses transformasi digital secara berkelanjutan.

Melihat berbagai temuan tersebut, direkomendasikan agar pemerintah memperluas akses dan kualitas pelatihan literasi digital yang sesuai dengan kebutuhan

spesifik UMKM di berbagai wilayah, terutama di daerah yang memiliki keterbatasan infrastruktur. Pelaku UMKM juga disarankan untuk mulai membangun pola pikir yang berorientasi pada inovasi digital serta memperkuat tata kelola internal yang mampu mengadopsi teknologi secara efektif. Selain itu, kemitraan antara pemerintah, swasta, lembaga keuangan, dan institusi pendidikan sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan produktif bagi pertumbuhan UMKM.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan kajian empiris dengan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* guna mengukur secara langsung pengaruh faktor-faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan terhadap kinerja UMKM. Penelitian lapangan di sektor-sektor tertentu atau di daerah tertinggal juga penting untuk mengungkap kebutuhan spesifik dan strategi lokal yang relevan. Lebih jauh, pengembangan model strategi digital yang berbasis pada teknologi tepat guna serta konteks lokal UMKM sangat dibutuhkan agar hasilnya dapat diimplementasikan secara langsung dan memberikan dampak nyata terhadap penguatan ekonomi masyarakat berbasis digital.

Referensi

- Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Lastriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Ario Johan, B., & Lukviana Wati, V. (2023). TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: MENGGALI PELUANG DAN TANTANGAN ERA ONLINE SHOP DI INDONESIA. *Trivikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7(3), 2025–2051.
- Bindarto. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DENGAN MEMANFAATKAN PELUANG EKONOMI DIGITAL UNTUK MENDUKUNG PEMULIHAN EKONOMI.
- Evangelista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyanto, H. (2023). STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI. *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 2023.
- Fadilah, N. N. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI AKUNTANSI, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UMKM SUB SEKTOR USAHA MIKRO DI KOTA PONTIANAK TAHUN 2022.
- Hakam, I. A., Fatahillah, K., Faniati, R. N., Izzah, N. N., & Putra, R. S. (n.d.). A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO.
- Herwanda, B. A., & Restu Ismoyo Aji. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 331–344. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Husna, S., & Susyanti, J. (2024). Analisis Systematic Literature Review Tentang Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Melalui Digitalisasi Proses Bisnis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 207–216. <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>
- Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). PENGARUH DIGITALISASI PADA PENINGKATAN EFISIENSI OPERASIONAL USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA TAHUN 2023.
- Muharrir. (2024). Transformasi Digital: Implikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Era Teknologi. *Mahyia: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 6(2), 251–266.

- <https://doi.org/10.24090/mabsya.v6i2.10445>
- Nashir, M. M., Prasetyo, A. B., & Muhibban. (2025). Peran Teknologi Informasi Dalam Transformasi Bisnis UMKM Daerah Depok. *Januari*, 769–774. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i1.1306>
- Nur Laili Fikriah, Mega Noerman Ningtyas, & Ikhsan Maksum. (2024). Direct And Indirect Effect Of Marketing Capabilities On The Performance Of MSMEs. *Jurnal Ekonomi*, 29(2), 363–382. <https://doi.org/10.24912/je.v29i2.2336>
- Parawangsa, I., Santi, I. N., Parani, S. B., & Lamusa, F. (2024). Eksplorasi Faktor Penghambat Adopsi Digital Marketing pada UMKM di Kota Palu. In *Faruq Lamusa*. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301–312. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121>
- Rosifa, E., Tomy, D., & Chayono, D. (2024). PENGARUH LITERASI DIGITAL, LITERASI KEUANGAN, DAN PERILAKU KEUANGAN DALAM MENGHADAPI ERA REVOLUSI INDUSTRI 5.0 DI KABUPATEN SUMBAWA DAN SUMBAWA BARAT. <https://conference.uts.ac.id/index.php/Student>
- Ryan Pratamansyah, S. (2024). *Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia* (Vol. 2, Issue 2). <https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk>
- Sari Lubis, F. A., & Very, J. (2024). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW PERANAN DIGITAL BAGI USAHA USAHA MIKRO DAN MENENGAH (UMKM). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 7(1), 508. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1446>
- Sari Purba, P., Ikhsan Harahap, M., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., Islam Negeri Sumatera Utara Jl William Iskandar Ps, U. V, Estate, M., Percut Sei Tuan, K., & Deli Serdang Sumatera Utara, K. (n.d.). *Analisis Pengembangan UMKM Go Digital dalam Penyelamatan Ekonomi Indonesia Menghadapi Resesi Ekonomi*. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v%ovi%oi.17492>
- Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, & Fahrur Rozi. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Zahra Firdausya, L., Perwira Ompusunggu, D., & kunci, K. (2023). USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA DIGITAL ABAD 21 MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSME) THE DIGITAL AGE OF THE 21 ST CENTURY. *TALIJAGAD*, 2023(3), 14–18. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/indexe>