


Transformasi Model Bisnis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital

Rahmawati

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Jl. Tuanku Tambusai No.23, Bangkinang, Kec. Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau

E-mail: rahmatm624@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6131>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 Mar 2026

Revised: 23 April 2026

Accepted: 11 May 2026

Kata Kunci:

Transformasi Digital,
Model Bisnis Digital,
UMKM, Digital
Marketing

Keywords:

Digital Transformation,
Digital Business Model,
UMKM, Digital
Marketing

ABSTRACT

Transformasi model bisnis digital menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong UMKM beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. Transformasi digital tidak hanya mencakup penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan model bisnis, proses operasional, dan strategi pemasaran berbasis digital. Tulisan ini mengkaji transformasi model bisnis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui analisis konsep transformasi digital, pemanfaatan teknologi, digital marketing, serta faktor pendukung keberhasilannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dari sumber ilmiah relevan dan terkini. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta meningkatkan kinerja dan penjualan UMKM. Keberhasilannya dipengaruhi oleh literasi digital dan kapabilitas sumber daya manusia. Namun, masih terdapat tantangan berupa keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, dan akses teknologi. Karena itu, diperlukan strategi terintegrasi dan berkelanjutan melalui peningkatan kompetensi digital, dukungan kebijakan, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan agar UMKM mampu bersaing optimal di era digital.

Digital business model transformation is a crucial strategy for enhancing the competitiveness of MSMEs in the digital economy era. Developments in information and communication technology are driving MSMEs to adapt to a dynamic and competitive business environment. Digital transformation encompasses not only the use of technology but also changes in business models, operational processes, and digital-based marketing strategies. This paper examines the transformation of digital business models in enhancing the competitiveness of MSMEs through an analysis of the concept of digital transformation, technology utilization, digital marketing, and factors supporting its success. The study employed a qualitative approach through literature review from relevant and up-to-date scientific sources. The study results indicate that digital transformation can improve operational efficiency, expand market access, and enhance MSME performance and sales. Its success is influenced by digital literacy and human resource capabilities. However, challenges remain, including limited infrastructure, low digital literacy, and limited access to technology. Therefore, an integrated and sustainable strategy is needed through improving digital competency, policy support, and collaboration between stakeholders to enable MSMEs to compete optimally in the digital era.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Rahmawati (2026). Transformasi Model Bisnis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital, 4(4) 25223-25229. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6131>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor bisnis. Transformasi digital kini menjadi fenomena global yang tidak dapat dihindari, khususnya dalam menghadapi era ekonomi digital yang ditandai dengan meningkatnya integrasi teknologi dalam aktivitas bisnis. Dalam kondisi tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu pilar utama perekonomian nasional dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap memiliki daya saing. Oleh karena itu, transformasi model bisnis berbasis digital menjadi salah satu strategi krusial bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis dan berbasis teknologi (Putri Sandrina, et al., 2025).

UMKM memiliki posisi yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja serta pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Meskipun demikian, dalam menghadapi era ekonomi digital, UMKM masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti terbatasnya akses terhadap teknologi, rendahnya tingkat literasi digital, serta keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Hal tersebut mengakibatkan sebagian besar UMKM belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam operasional usahanya. Padahal, penggunaan teknologi digital berpotensi besar dalam membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat (Kusufa, et al., 2026).

Transformasi model bisnis digital tidak hanya terbatas pada penerapan teknologi semata, tetapi juga melibatkan perubahan mendasar dalam cara perusahaan menciptakan, menyampaikan, serta menangkap nilai (*value creation*). Dalam konteks ini, model bisnis digital memberikan peluang bagi UMKM untuk mengintegrasikan berbagai platform berbasis digital, seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital ke dalam aktivitas operasionalnya. Hal ini sejalan dengan berbagai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus membuka peluang yang lebih luas bagi inovasi bisnis (Abdul Kadir, et al., 2026).

Selain itu, pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengarah pada pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terjadinya transformasi bisnis. Konsumen masa kini cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam melakukan transaksi, yang sebagian besar dapat dipenuhi melalui penggunaan teknologi digital. Oleh sebab itu, UMKM perlu menyesuaikan model bisnisnya agar lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen digital. Transformasi tersebut tidak hanya mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga berperan dalam memperkuat loyalitas serta daya saing usaha (Septiadi, et al., 2024).

Di sisi lain, penerapan transformasi digital pada UMKM tidak terlepas dari berbagai hambatan, seperti terbatasnya infrastruktur digital, minimnya dukungan kebijakan, serta rendahnya kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesiapan digital (*digital readiness*) UMKM di Indonesia masih beragam, mulai dari level dasar hingga tingkat yang lebih maju, yang mengindikasikan adanya kesenjangan dalam proses adopsi teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif untuk mempercepat implementasi transformasi digital pada UMKM (Faisal dan Rio, 2025).

Transformasi digital memiliki keterkaitan yang erat dengan kemampuan UMKM dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar tanpa dibatasi oleh wilayah geografis, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui berbagai platform digital. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan volume penjualan serta keberlanjutan finansial UMKM secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa digitalisasi tidak hanya memengaruhi aspek operasional, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM (Wardana & Fauziah, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, menunjukkan bahwa transformasi model bisnis digital merupakan suatu urgensi bagi UMKM dalam merespons dinamika era ekonomi digital. Proses transformasi ini tidak hanya diarahkan pada peningkatan efisiensi dan produktivitas, tetapi juga berfungsi untuk memperkuat daya saing UMKM di tingkat global. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna menganalisis peran transformasi model bisnis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM,

serta mengidentifikasi berbagai determinan yang memengaruhi keberhasilan implementasi transformasi tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk melakukan kajian dan analisis secara konseptual serta komprehensif mengenai transformasi model bisnis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur ilmiah, meliputi artikel jurnal, prosiding, dan publikasi akademik lainnya yang relevan dengan topik industri halal, digitalisasi, regulasi, serta strategi pengembangannya. Seluruh sumber yang digunakan merupakan referensi yang kredibel dan dipublikasikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir, sehingga mampu mencerminkan perkembangan isu dan kondisi terkini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelusuran dan kajian literatur yang bersumber dari berbagai basis data ilmiah, baik jurnal nasional maupun internasional yang terakreditasi. Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui proses pengelompokan, perbandingan, serta sintesis terhadap berbagai temuan dari sumber pustaka yang relevan. Analisis tersebut bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan konsep transformasi model bisnis digital, peran teknologi digital dalam pengembangan UMKM, faktor-faktor yang memengaruhi transformasi model bisnis digital, serta implikasinya dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Efisiensi Operasional dan Kinerja UMKM melalui Transformasi Digital

Transformasi digital telah terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi digital. Penerapan teknologi seperti platform e-commerce, sistem pembayaran digital, serta aplikasi manajemen bisnis memungkinkan proses operasional berlangsung lebih cepat, sistematis, dan terintegrasi. Selain itu, digitalisasi berperan dalam mengurangi ketergantungan pada proses manual yang cenderung tidak efisien dan rentan terhadap kesalahan. Implementasi teknologi digital juga mendorong peningkatan produktivitas melalui otomatisasi berbagai aktivitas usaha. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih optimal. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mendorong inovasi dalam kegiatan bisnis (Dyarini, et al., 2024).

Pemanfaatan teknologi digital, khususnya Artificial Intelligence (AI), terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Teknologi ini memungkinkan proses pengolahan data dilakukan secara lebih cepat, akurat, dan sistematis sehingga mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. Selain itu, penerapan AI membantu pelaku UMKM dalam menganalisis perilaku konsumen serta mengidentifikasi tren pasar secara real-time. Kondisi tersebut memungkinkan pelaku usaha untuk merespons dinamika pasar secara lebih adaptif dan strategis. Dengan demikian, implementasi AI tidak hanya meningkatkan efektivitas operasional, tetapi juga memperkuat daya saing usaha. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan AI berpengaruh positif terhadap peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan efisiensi operasional secara signifikan (Kadir, et al., 2026).

Transformasi digital memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi dalam sistem pencatatan dan pengelolaan keuangan UMKM. Penerapan aplikasi digital, seperti spreadsheet dan sistem akuntansi sederhana, mampu menggantikan metode pencatatan manual yang cenderung rentan terhadap kesalahan. Hal ini berdampak pada meningkatnya tingkat akurasi data keuangan serta kemudahan dalam mengakses informasi secara cepat dan tepat. Selain itu, sistem berbasis digital memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan pemantauan arus kas secara real-time. Kondisi tersebut mendukung proses pengambilan keputusan keuangan yang lebih efektif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pencatatan keuangan berperan dalam meningkatkan efisiensi, akurasi, serta kemudahan dalam pengelolaan data usaha (Larasati, et al., 2025).

Selain itu, implementasi sistem pembayaran digital turut memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi transaksi pada UMKM. Penggunaan metode pembayaran digital terbukti

mampu mempercepat proses transaksi dibandingkan dengan sistem konvensional berbasis tunai. Kondisi ini juga berdampak pada penurunan biaya operasional yang berkaitan dengan pengelolaan uang tunai. Di samping itu, transaksi digital memfasilitasi proses pencatatan dan pelacakan transaksi secara otomatis dan lebih sistematis. Hal ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengelola data transaksi secara akurat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan pembayaran digital berpengaruh positif terhadap efisiensi waktu dan biaya dalam aktivitas bisnis UMKM (Prayoga, et al., 2025).

Transformasi digital tidak hanya berimplikasi pada peningkatan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kinerja UMKM. Kapabilitas teknologi informasi dan komunikasi yang dimiliki oleh pelaku UMKM berperan strategis dalam mendorong produktivitas serta kinerja bisnis secara keseluruhan. Selain itu, integrasi teknologi digital dalam berbagai aktivitas usaha memungkinkan peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Kondisi ini berkontribusi pada terciptanya nilai tambah yang memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas digital berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM (Komalasari, et al., 2025).

Secara komprehensif, transformasi digital dapat dipandang sebagai faktor strategis dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja UMKM secara berkelanjutan. Integrasi teknologi digital ke dalam berbagai aspek kegiatan bisnis memungkinkan terciptanya proses yang lebih efektif, efisien, dan adaptif terhadap dinamika lingkungan usaha. Selain itu, digitalisasi turut mendorong lahirnya inovasi model bisnis yang lebih kompetitif di tengah perkembangan ekonomi digital. Meskipun demikian, keberhasilan implementasi transformasi digital sangat dipengaruhi oleh tingkat kesiapan pelaku usaha dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi. Kesiapan tersebut mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, serta sikap terhadap perubahan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital serta dukungan kebijakan yang kondusif guna mengoptimalkan manfaat transformasi digital bagi UMKM (Hermawan, 2026).

Perluasan Akses Pasar dan Peningkatan Daya Saing melalui Digital Marketing

Pemanfaatan digital marketing terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas akses pasar UMKM di era ekonomi digital. Melalui penggunaan platform digital seperti media sosial dan marketplace, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen tanpa batasan geografis. Kondisi ini memungkinkan peningkatan visibilitas produk secara lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Selain itu, strategi pemasaran digital memberikan kemudahan dalam menargetkan segmen pasar secara lebih spesifik dan terarah. Hal tersebut berdampak pada meningkatnya peluang penjualan serta pertumbuhan usaha. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM (Wibowo & Pangesti, 2025).

Pemanfaatan digital marketing memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Penerapan strategi pemasaran berbasis digital memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi dan menargetkan konsumen secara lebih spesifik, terarah, dan terukur. Selain itu, penggunaan media digital mempermudah pelaksanaan kegiatan promosi secara berkelanjutan dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Peningkatan penjualan tersebut menjadi indikator penting dalam memperkuat daya saing usaha di pasar. Dengan demikian, digital marketing dapat dipandang sebagai salah satu faktor strategis yang mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM (Purwana, et al., 2017).

Selain berperan dalam memperluas jangkauan pasar, digital marketing juga berkontribusi terhadap peningkatan interaksi antara UMKM dan konsumen melalui pemanfaatan media sosial. Interaksi tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan pemasaran tradisional. Melalui mekanisme umpan balik (feedback), pelaku UMKM dapat memahami kebutuhan, preferensi, serta perilaku konsumen secara lebih mendalam. Kondisi ini berdampak pada peningkatan kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, termasuk dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan demikian, keterlibatan konsumen menjadi salah satu sumber keunggulan kompetitif dalam implementasi pemasaran digital (Sapthiarsyah & Junita, 2024).

Digital marketing memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui penciptaan keunggulan kompetitif. Implementasi strategi pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk membangun brand awareness serta memperkuat citra produk secara lebih luas dan efektif. Selain itu, sinergi antara digital marketing dan kompetensi kewirausahaan terbukti mampu mendorong peningkatan kinerja pemasaran UMKM. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Temuan ini menegaskan bahwa digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, optimalisasi pemanfaatan digital marketing menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital (Al-atsari, et al., 2025).

Peran Literasi Digital dan Kapabilitas SDM dalam Keberhasilan Transformasi Digital UMKM

Literasi digital merupakan faktor yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan transformasi digital UMKM di era ekonomi digital. Literasi digital mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengakses, memahami, serta memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dalam menjalankan aktivitas bisnis. Tingkat literasi digital yang memadai memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan pemanfaatan berbagai platform digital, baik dalam aspek operasional maupun pemasaran. Sebaliknya, keterbatasan literasi digital dapat menjadi kendala utama dalam proses adopsi dan implementasi teknologi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan positif terhadap peningkatan kinerja serta penjualan UMKM. Temuan tersebut diperkuat oleh studi dalam Jurnal Jerkin yang menegaskan bahwa literasi digital berperan penting dalam meningkatkan performa usaha (Yulian, 2025).

Transformasi digital menuntut adanya kesiapan organisasi yang didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Kemampuan adaptasi menjadi aspek krusial dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. SDM yang memiliki tingkat adaptabilitas tinggi cenderung lebih responsif dalam mengadopsi inovasi digital dan teknologi baru. Kondisi ini memberikan nilai tambah berupa keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Selain itu, kesiapan SDM juga mencerminkan kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan secara efektif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan kemampuan adaptif berkontribusi signifikan dalam memperkuat daya saing UMKM (Avista, et al., 2025).

Upaya peningkatan literasi digital dan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) dapat dilakukan melalui penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Program pelatihan digital berperan dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan teknologi secara praktis dalam kegiatan usaha. Selain itu, pendampingan teknis memungkinkan implementasi teknologi dilakukan secara lebih efektif dan terarah. Kondisi ini berdampak pada peningkatan efisiensi operasional serta penguatan daya saing usaha. Dengan demikian, pengembangan kompetensi digital menjadi aspek penting dalam mendukung transformasi bisnis. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kemampuan teknologi dan kinerja UMKM (Fahurian, 2024).

Literasi digital dan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen fundamental dalam menunjang keberhasilan transformasi digital UMKM. Kedua aspek tersebut berperan dalam memastikan bahwa teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal dalam seluruh aktivitas usaha. Selain itu, peningkatan kompetensi SDM mampu mendorong terciptanya inovasi serta memperkuat keberlanjutan bisnis. Namun demikian, masih terdapat tantangan berupa kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya kolaboratif dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta diperlukan untuk memperkuat ekosistem digital, sebagaimana ditegaskan dalam Jurnal Komunikasi Pemberdayaan yang menyoroti pentingnya literasi digital bagi keberlanjutan UMKM (Agung, et al., 2022).

SIMPULAN

Transformasi model bisnis digital merupakan strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Implementasi teknologi digital memungkinkan terjadinya peningkatan efisiensi dalam berbagai aspek operasional usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga mendorong perluasan akses pasar secara lebih luas tanpa batasan geografis. Kondisi ini berdampak

pada peningkatan kinerja usaha secara keseluruhan. Penerapan digitalisasi turut berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan UMKM. Di sisi lain, digital marketing memiliki peran strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha. Hal ini diwujudkan melalui peningkatan visibilitas produk di pasar digital. Selain itu, interaksi antara pelaku usaha dan konsumen menjadi lebih intensif dan efektif melalui platform digital. Keberhasilan transformasi digital tidak terlepas dari tingkat literasi digital yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Literasi digital yang baik memungkinkan pemanfaatan teknologi secara optimal dalam kegiatan usaha. Selain itu, kapabilitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan implementasi transformasi digital. SDM yang kompeten mampu mengelola dan mengembangkan teknologi secara lebih inovatif. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM. Dengan demikian, transformasi digital menjadi elemen kunci dalam mendorong pertumbuhan serta keberlanjutan UMKM secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Adi Pradana, Parella, Pramana Putra, & Junaidi. (2024). Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Relevansi : Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 25-29.
- Agung, A. S., Eko Yudiandri, Ernawati, & Adianto. (2022). Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87–103.
- Al-atsari, Fitriani, & Djuniardi. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Melalui Keunggulan Bersaing. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 119-134.
- Avista, Langit, & Mashudi. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55-60.
- Budi Sihotang. (2025). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digitalisasi. *Jurnal Transformasi Digital Dalam Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 1(1), 08-15.
- Desti Angraini. (2024). Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7 (2), 1-11.
- Dyarini1, Azimah Hanifah, Litdia, Adi Alam, & Desiana. (2024). Prosiding Seminar Nasional LPPM UMJ, 1-5.
- Erwin Maulana Abdul Kadir, Eddy Soeryanto Soegoto, Rahma Wahdiniwaty, & Irfan Dwiguna Sumitra. (2026). Transformasi Digital UMKM melalui Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 446-456.
- Erwin Maulana Abdul Kadir, Eddy Soeryanto Soegoto, Rahma Wahdiniwaty, & Irfan Dwiguna Sumitra. (2026). Transformasi Digital UMKM melalui Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 446-456.
- Fadli Faisal dan Laksamana Rio. (2025). Strategi Transformasi Digital UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Berbasis Inovasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 382-394.
- Fahurian, Yunita, & Zuhri. (2024). Peningkatan Literasi Digital dan Penggunaan Teknologi Open Source untukUMKM di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pengabdian masyarakat*,2(4), 1-6.
- Fatkhurrahman.(2025).Pemanfaatan Teknologi dan Keberhasilan Usaha: Peran Kompetensi Digital di Kalangan Generasi Muda Indonesia *Jurnal Wirausaha Kompetitif*. 1 (1), 1-12.
- Haris Fadillah, Ary Yudianto & Nurul Hasanah. (2026). Peran Teknologi dan E-Commerce dalam Mendorong Kewirausahaan UMKM: Studi Kasus Transformasi Digital UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Niara*, 18(3), 860-867.

- Intan Dwi Sasmitha, Citra Anis Safitri. (2024). Transformasi Digital Dan Pertumbuhan Umkm Di Surabaya: Peluang, Tantangan Dan Faktor Keberhasilan. *Social Sciences Journal*, 124-130.
- Khilda Aulia Larasati, Dendy Kurniawan, & Sumaryanto. (2025). Transformasi Digital Untuk Meningkatkan Akurasi Dan Efisiensi Pencatatan UMKM. *Jurnal Padamu Negeri (JPN)*, 2(2), 114-119.
- Komalasari, Nurmasari, Munaya, & Melati. (2025). Transformasi digital UMKM: Kapabilitas teknologi informasi komunikasi dan kapabilitas keuangan digital dalam meningkatkan kinerja bisnis pada usaha kuliner Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 380-393.
- Kusufa, Tanuwijaya, & Sandora. (2026). Eksplorasi Transformasi Digital Dan Inovasi UMKM Era Ekonomi Digital Di Malang Raya: Inovasi, Transformasi Digital, Ekonomi Digital, UMKM. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 20(4), 46-55.
- Muhammad Distian Andi Hermawan. (2026). Transformasi Digital Bisnis dan UMKM terhadap Kinerja, Daya Saing, dan Keberlanjutan: Systematic Literature Review Global. (2026). *Miftahul Ulum*, 4(1), 57-73.
- Muhammad Safrizal Dwi Prayoga, Syifa Aristawati, Putri Nely Agustin, Feni Dwi Agustin, Nur Asitah. (2025). Transformasi Pembayaran Digital di Era Ekonomi Digital: Analisis Efisiensi dan Dampaknya terhadap UMKM. *Jurnal Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 3(1), 29-38.
- Nastiti. (2024). Transformasi Digital UMKM: Strategi Ekspansi Pasar dan Kemudahan Pembayaran di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 4(2), 230-234.
- Purwana, Rahmi, & Aditya. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Rizky Septiani, Nina Kurnia, Ahmad Subhan, Gugun Gunawan & Reni Tania. (2026). Strategi Transformasi Digital UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Bisnis di Indonesia: (Systematic Literature Review). *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 5639-5657.
- Sandrina Putri, Maya Martiza, Cecillia & Lokot. (2025). Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 09-18.
- Sapthiarsyah Faizal & Junita Dewi. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21 (2), 330-337.
- Septiadi & Agus. (2024). Transformasi Bisnis di Era Digital: Analisis Sistematis Terhadap E-Bisnis di Indonesia Pada Konteks UMKM. *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, 2(1), 38-43.
- Septiadi & Agus. (2024). Transformasi Bisnis di Era Digital: Analisis Sistematis Terhadap E-Bisnis di Indonesia Pada Konteks UMKM. *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, 2(1), 38-43.
- Silvia Ananda. (2025). Peran Teknologi Digital Dalam Pengelolaan Anggaran Umkm Tinjauan Studi Literatur. (2025). *Az-Zaida : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(6), 1-12.
- Wardana & Fauziah. (2025). Transformasi Digital Umkm: Peran Pemasaran Digital Terhadap Keberlanjutan Keuangan Melalui Pertumbuhan Penjualan. *JIAI(Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 10 (2), 162-171.
- Wibowo & Pangesti. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 2278-2286.
- Yulian, Mudiharso, & Susilawati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Indonesia: Systematic Literature Review : Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 21075-21085.