

ANALISIS DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP KINERJA DAN DAYA SAING UMKM DI KOTA BEKASI

Rifky Nafilah¹, Amelia Agustina², Monika Laurent Sihombing³, Aliani Fournlina⁴

Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: *63231195@bsi.ac.id¹, 63231511@bsi.ac.id², 63231438@bsi.ac.id³, 63231080@bsi.ac.id⁴

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah pola operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta menjadi faktor penentu keberlanjutan usaha di berbagai kota besar termasuk Kota Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kinerja dan tingkat daya saing antara UMKM yang telah menerapkan digitalisasi dengan UMKM yang belum menerapkan digitalisasi di Kota Bekasi, serta mengidentifikasi faktor pendorong dan hambatan dalam proses adopsi digital. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari BPS Kota Bekasi, jurnal ilmiah, dan publikasi resmi lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang telah terdigitalisasi memiliki keunggulan dalam aspek penjualan, efisiensi operasional, akurasi pengelolaan keuangan, dan perluasan pasar. Selain itu, daya saing UMKM digital lebih kuat karena mampu memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan teknologi pemesanan digital untuk membangun hubungan dengan konsumen. Faktor pendorong digitalisasi meliputi tekanan persaingan, perubahan pola konsumsi digital, dan kemudahan akses teknologi. Adapun hambatan digitalisasi mencakup rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, serta minimnya pendampingan teknis. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi berkontribusi Positif terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM. Dengan demikian, digitalisasi menjadi strategi utama yang perlu diterapkan untuk memperkuat keberlanjutan dan meningkatkan daya saing UMKM di Kota Bekasi.

Digitalisasi, UMKM, kinerja usaha, daya saing

Kata kunci

ABSTRACT

Digital transformation has reshaped the operational patterns of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and has become a determining factor for business sustainability in various large cities, including Bekasi City. This study aims to analyze the differences in performance and competitiveness between MSMEs that have implemented digitalization and MSMEs that have not implemented digitalization in Bekasi City, as well as to identify the driving factors and barriers in the digital adoption process. The study uses a descriptive method utilizing secondary data obtained from the Bekasi City Statistics Office (BPS), scientific journals, and other official publications. The results show that digitalized MSMEs have advantages in sales, operational efficiency, financial management accuracy, and market expansion. In addition, the competitiveness of digital MSMEs is stronger because they are able to utilize social media, e-commerce platforms, and digital ordering technology to build relationships with consumers. The driving factors for digitalization include competitive pressures, changes in digital consumption patterns, and easy access to technology. Barriers to digitalization include low digital literacy, limited capital, and minimal technical assistance. Overall, this study concludes that digitalization contributes positively to improving the performance and competitiveness of MSMEs. Thus, digitalization is the main strategy that needs to be implemented to strengthen the sustainability and increase the competitiveness of MSMEs in Bekasi City.

Digitalization, MSMEs, business performance, competitiveness

Keywords

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi peranan penting dalam perekonomian Indonesia. karena sektor ini memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto serta menjadi penyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Kontribusi besar tersebut menjadikan UMKM sebagai pondasi utama perekonomian, termasuk di daerah perkotaan seperti Kota Bekasi. Di wilayah ini, UMKM berperan dalam menggerakan aktivitas perdagangan dan jasa, menyediakan lapangan tenaga kerja, serta menjaga stabilitas pendapatan masyarakat. Perkembangan digitalisasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa peluang pada cara UMKM menjalankan operasional bisnisnya. Berbagai aktivitas mulai dari pemasaran, penjualan, pengelolaan keuangan, dan interaksi dengan pelanggan mulai beralih ke platform digital yang menawarkan jangkauan lebih luas dan lebih efisien. Dinamika pasar yang semakin kompetitif turut mempercepat kebutuhan digitalisasi, sehingga kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi menjadi salah satu persyaratan penting dalam mempertahankan kinerja dan daya saing usaha. Digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai pelengkap, tetapi sebagai bagian integral dari strategi bisnis modern. Meski digitalisasi telah menjadi bagian integral dari strategis bisnis modern, implementasinya belum berjalan merata di kalangan UMKM. banyak pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi, hal ini dikarenakan rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan manajerial. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara UMKM yang telah melakukan digitalisasi dengan yang belum digitalisasi, sehingga tingkat pemanfaatan teknologi berbeda-beda di antara pelaku usaha. Selain itu, keterbatasan akan modal untuk investasi pada perangkat dan pelatihan digital turut memperlambat proses adopsi teknologi. Akibatnya, meskipun digitalisasi memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing antar UMKM, implementasinya masih menghadapi beberapa tantangan yang membuat adaptasi teknologi belum optimal bagi seluruh pelaku usaha.

Melihat dinamika tersebut, digitalisasi menjadi salah satu aspek penting yang menentukan keberlanjutan usaha dan daya saing UMKM. Pelaku usaha yang mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis cenderung lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen, sementara UMKM yang belum menerapkan digitalisasi berpotensi tertinggal dalam arus persaingan. Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian mengenai dampak suatu digitalisasi terhadap kinerja dan daya saing UMKM di Kota Bekasi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan perusahaan perseorangan yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang atau badan usaha dengan aset dan pendapatan tertentu. Definisi resmi UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Secara umum, UMKM diklasifikasikan berdasarkan kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Sebagai contoh, usaha menengah adalah perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga paling banyak Rp10 miliar. UMKM memiliki peranan fundamental dalam perekonomian, Sektor ini memberikan kontribusi 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan 97% sudah menjadi tenaga kerja nasional. Kota Bekasi telah memiliki UMKM yang berperan dalam menggerakan aktivitas perdagangan dan jasa, menyediakan lapangan pekerjaan, dan menjaga stabilitas pendapatan masyarakat.

Digitalisasi merupakan pengintegrasian teknologi digital ke dalam proses bisnis yang membawa peluang terhadap metode penjualan UMKM. Berbagai aktifitas bisnisnya seperti pemasaran, penjualan, pengelolaan keuangan hingga interaksi terhadap pelanggan mencapai jangkauan lebih luas dan lebih efisien. Transformasi digital

menawarkan beberapa manfaat seperti: (1) Perluasan Jangkauan Pasar: Tanpa memiliki batasan geografis, menjangkau seluruh nusantara bahkan Internasional dengan melalui media sosial; (2) Peningkatan Efisiensi Biaya: Mengoptimalkan biaya operasional karena modal UMKM cenderung terbatas; (3) Peningkatan Profesionalisme: Pengelolaan bisnis dilakukan secara online, seperti pengelolaan produk hingga membuat marketplace; (4) Adaptasi Perilaku Konsumen: Pelaku usaha mampu mengintegrasikan teknologi cenderung lebih cepat beradaptasi terhadap perilaku konsumen.

Teknologi Digital pada UMKM dipengaruhi dengan beberapa faktor. Faktor pendorong utama termasuk dengan dinamika pasar yang semakin kompetitif mempercepat kebutuhan digitalisasi serta kesadaran akan pentingnya UMKM dan kesiapan dari sistem digitalisasi. Namun, ada beberapa hambatan yang meliputi; (1) Keterbatasan Sumber Daya Manusia Rendahnya literasi digital dan keterbatasan dalam kemampuan manajerial; (2) Keterbatasan Modal untuk berinvestasi pada perangkat dan pelatihan digital memperlambat proses adopsi teknologi; (3) Infrastruktur dan Pengetahuan TIK: Masalah ini terutama di daerah pedesaan serta kurangnya pengetahuan TIK dan penggunaan aktual pemasaran digital.

Kinerja usaha merujuk pada hasil yang telah dicapai perusahaan dalam mengelola sumber daya dan strategi bisnis dalam periode tertentu. Kinerja UMKM dapat didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan UMKM dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja digitalisasi dapat diukur dari aspek keuangan (penjualan dan profitabilitas) dan aspek non keuangan (efisiensi operasional, jangkauan pasar, dan adaptasi terhadap perubahan). Penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatnya digitalisasi UMKM yang berpeluang dengan kinerja UMKM. Pemanfaatan platform e-commerce dan pemasaran digital membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM. Penelitian ini mengkaji hubungan antara adopsi digitalisasi dan hasil usaha. Secara umum, digitalisasi terhadap kinerja UMKM baik melalui peningkatan penjualan maupun efisiensi operasional.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana perbedaan tingkat penerapan tingkat kinerja antara UMKM yang telah digitalisasi dan yang belum di Kota Bekasi; (2) Bagaimana perbedaan daya saing antara UMKM yang terdigitalisasi dan yang masih menggunakan metode konvensional di Kota Bekasi; (3) Apa saja faktor yang mendorong UMKM untuk menerapkan digitalisasi dan apa hambatan yang dialami oleh UMKM yang belum terdigitalisasi; (4) Sejauh mana digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM digital jika dibandingkan dengan UMKM yang belum digital.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis perbedaan tingkat kinerja antara UMKM yang telah digitalisasi dan yang belum di Kota Bekasi; (2) Mengidentifikasi perbedaan daya saing antara UMKM yang terdigitalisasi dan yang masih menggunakan metode konvensional di Kota Bekasi; (3) Menjelaskan faktor pendorong dan hambatan dalam proses penerapan digitalisasi pada UMKM; (4) Menganalisis kontribusi digitalisasi terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM jika dibandingkan dengan UMKM yang belum digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk membandingkan kinerja sera tingkat daya saing antara UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dengan UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dengan UMKM yang masih menjalankan usahanya secara konvensional di wilayah

kota Bekasi. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang berfokus pada penggambaran kondisi, fenomena, dan perbedaan yang muncul secara mendalam berdasarkan data yang tersedia. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai pengaruh penerapan digitalisasi terhadap kinerja dan daya saing UMKM. Data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Adapun sumber data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi; (1) Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bekasi yang memuat informasi mengenai jumlah UMKM serta perkembangan sektor usaha; (2) Data dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bekasi berupa laporan kegiatan pembinaan UMKM dan tingkat penggunaan teknologi digital; (3) Jurnal ilmiah serta artikel penelitian yang mengkaji isu digitalisasi UMKM, kinerja usaha, dan daya saing; (4) Publikasi daring yang berkaitan dengan UMKM dan proses transformasi digital.

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

a. Studi Pustaka

Pengumpulan informasi dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis seperti jurnal, dan artikel ilmiah yang untuk memperoleh landasan teori dan konsep yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM, kinerja usaha, serta daya saing.

b. Studi Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan mengkaji dokumen resmi yang memuat laporan jumlah UMKM, tingkat pemanfaatan teknologi digital, serta perkembangan UMKM yang diperoleh dari instansi terkait.

2.2 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif melalui beberapa tahapan berikut:

- a. Mengelompokkan UMKM menjadi dua kategori, yaitu UMKM yang telah menerapkan digitalisasi dan UMKM yang belum menerapkannya.
- b. Melakukan analisis perbandingan kinerja usaha berdasarkan tingkat penjualan, efisiensi biaya, dan perluasan jangkauan pasar.
- c. Membandingkan daya saing usaha dilihat dari strategi pemasaran, pemanfaatan media digital, serta inovasi produk.
- d. Menyusun kesimpulan berdasarkan hasil perbandingan yang telah dilakukan.

2.3 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah UMKM yang beroperasi di wilayah Kota Bekasi.

2.4 Kerangka Berpikir

Penelitian ini mengadopsi kerangka perbandingan (komparatif) untuk menganalisis dampak digitalisasi. Kerangka berpikir ini didasarkan pada asumsi bahwa kelompok UMKM yang telah digitalisasi memiliki keunggulan kompetitif dan operasional yang berbeda dibandingkan dengan kelompok UMKM yang masih konvensional. Digitalisasi diasumsikan dapat memediasi peningkatan efisiensi biaya, perluasan pasar, dan kecepatan adaptasi yang menghasilkan tingkat Kinerja Usaha dan Daya Saing yang lebih tinggi. Penelitian ini berupaya membandingkan hasil yang dicapai oleh kelompok UMKM di Kota Bekasi. Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka berpikir, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H1 : terdapat perbedaan antara tingkat kinerja UMKM yang telah menerapkan digitalisasi dengan UMKM yang belum menerapkan digitalisasi di Kota Bekasi.
- b. H2: Terdapat perbedaan antara tingkat daya saing UMKM yang telah menerapkan digitalisasi dengan UMKM yang belum menerapkan digitalisasi di Kota Bekasi.

- c. H3: Adopsi digitalisasi berkontribusi secara positif terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil penelitian mengenai dampak digitalisasi terhadap kinerja dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bekasi. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan temuan penelitian dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta kerangka berpikir yang telah disusun pada bab sebelumnya. Fokus utama pembahasan diarahkan pada analisis perbedaan karakteristik kinerja dan daya saing antara UMKM yang telah menerapkan digitalisasi dan UMKM yang masih menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional. Berdasarkan hasil telaah data sekunder dari berbagai sumber, ditemukan bahwa tingkat pemanfaatan teknologi digital di kalangan UMKM Kota Bekasi masih beragam. Sebagian UMKM telah menggunakan media digital seperti media sosial dan platform e-commerce untuk menunjang aktivitas pemasaran dan penjualan, sementara sebagian lainnya masih bergantung pada metode tradisional. Perbedaan tingkat adopsi digital ini berimplikasi pada variasi kinerja usaha dan kemampuan bersaing di pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang telah menerapkan digitalisasi cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang belum terdigitalisasi. Peningkatan kinerja tersebut terutama terlihat pada aspek penjualan, efisiensi operasional, serta perluasan jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis, sehingga potensi peningkatan volume penjualan menjadi lebih besar. Selain itu, digitalisasi turut mendorong efisiensi dalam proses operasional usaha. Penggunaan perangkat dan aplikasi digital dalam pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, serta komunikasi dengan pelanggan membantu UMKM menghemat waktu dan biaya operasional. Kondisi ini berbeda dengan UMKM yang masih menggunakan sistem konvensional, di mana pengelolaan usaha cenderung kurang sistematis dan membutuhkan sumber daya yang lebih besar. Temuan ini sejalan dengan konsep kinerja usaha yang mencakup aspek keuangan dan non-keuangan. Digitalisasi berperan sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha, sehingga mendukung pencapaian tujuan UMKM secara lebih optimal. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan antara kinerja UMKM yang telah menerapkan digitalisasi dan UMKM yang belum menerapkannya.

3.1 Pembahasan Perbedaan Daya Saing UMKM Digital dan Konvensional

Dari sisi daya saing, UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital menunjukkan keunggulan yang lebih baik dibandingkan UMKM yang menjalankan usaha secara konvensional. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk, membangun citra merek, serta menjalin hubungan yang lebih intensif dengan konsumen melalui media digital. Hal ini memberikan nilai tambah yang sulit dicapai oleh UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital.

UMKM digital juga lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen. Akses terhadap informasi pasar melalui platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan penyesuaian strategi pemasaran dan pengembangan produk secara lebih cepat. Sebaliknya, UMKM non-digital relatif memiliki keterbatasan dalam memperoleh informasi pasar, sehingga daya saingnya cenderung lebih rendah dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan daya saing UMKM. Hasil ini memperkuat hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat perbedaan antara daya saing UMKM yang telah terdigitalisasi dan UMKM yang masih bersifat konvensional.

3.2 Faktor Pendorong dan Hambatan Digitalisasi UMKM

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor yang mendorong UMKM untuk menerapkan digitalisasi, di antaranya meningkatnya intensitas persaingan usaha, perubahan perilaku konsumen ke arah digital, serta kemudahan akses terhadap teknologi informasi. Kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya teknologi sebagai sarana pengembangan usaha juga menjadi faktor internal yang berperan dalam proses adopsi digital.

Namun demikian, hasil kajian juga menunjukkan adanya berbagai hambatan yang menghambat proses digitalisasi UMKM. Hambatan utama meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan manajerial, serta keterbatasan modal untuk investasi pada perangkat dan pelatihan teknologi. Selain itu, kurangnya pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan dari pihak terkait menyebabkan sebagian UMKM belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital secara menyeluruh. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia dan dukungan ekosistem usaha yang memadai.

3.3 Kontribusi Digitalisasi terhadap Kinerja dan Daya Saing UMKM

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM di Kota Bekasi. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam strategi bisnisnya cenderung lebih efisien, adaptif, dan kompetitif. Digitalisasi berperan dalam mempercepat proses bisnis, meningkatkan kualitas layanan, serta memperluas peluang pasar. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa adopsi digitalisasi berkontribusi secara positif terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, digitalisasi dapat dipandang sebagai kebutuhan strategis bagi UMKM yang ingin mempertahankan keberlanjutan usaha dan meningkatkan posisi kompetitifnya di era ekonomi digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa digitalisasi telah berkontribusi secara positif terhadap kinerja dan daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bekasi. Perbedaan kinerja usaha UMKM yang sudah digitalisasi memiliki kinerja yang lebih baik dari UMKM yang masih manual. Perbedaan kinerja ini terlihat jelas pada penjualan, efisiensi operasional, akurasi pengelolaan laporan keuangan, serta perluas jangkauan. Selain itu, digitalisasi dapat menghemat waktu serta biaya operasional melalui penggunaan perangkat digital dalam mencatat transaksi dan pengelolaan keuangan. Perbedaan data saing UMKM yang telah terdigitalisasi lebih kuat karena keunggulan ini didukung dengan kemampuan media sosial, platform e-commerce, dan teknologi pemesanan digital untuk membangun hubungan dengan konsumen. Faktor pendorong UMKM yang telah terdigitalisasi adalah tekanan akan persaingan dan kemudahan akses terhadap suatu teknologi. Sedangkan faktor hambatan utama yaitu rendahnya literasi digital, keterbatasan modal untuk melakukan investasi atas perangkat dan pelatihan, serta minimnya pendamping teknis berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, (2024). *Selamat Hari UMKM Nasional.* <https://batangkab.bps.go.id/id/news/2024/08/12/336/selamat-hari-umkm-nasional.html>
- Fathimah, V. (2019). *Determinan Adopsi E- Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. 7(3), 445–464.
- Godwin, G., Raihana, S., Junaedi, P., & Hardini, M. (2024). *Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital*. 5(2), 41–47.
- Hakim, A. R., & Iswahyudi, S. N. M. (2024). *Digitalisasi Pencatatan Keuangan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM): Perlukah ? Digitalization Of Financial Recording Of Small Micro And Medium Enterprises (MSMEs)*. 12(3), 331–337.
- Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI*. 2.
- Hidayat, W., & Kholik, N. (2024). *Implikasi Hukum atas Perubahan Bisnis UMKM : Strategi Adaptasi Era Digital dan E-commerce di Indonesia*. 1(1), 70–84.
- Khairani, S., Azra, I., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). *Strategi Digitalisasi sebagai Solusi Pemasaran UMKM : Studi pada Warung Sarapan Tiga Dara di Medan Area*. September.
- Manajemen, J., Salam, A., Mikro, U., & Banda, K. (2024). *Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Industri 5 . 0 : Studi Kasus di Kota Banda Aceh Abstrak*. 1(1), 1–10.
- Nuche, A., Persada, E. T., & Sunarya, P. A. (2024). *Meningkatkan Kinerja UMKM melalui Strategi Digital dan Kemampuan Pemasaran Terpadu*. 5(2), 9–16.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). *Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital* 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia. April.
- Wibowo, Y. G. (2021). *Analisa Literasi Digital Usaha Mikro , Kecil , Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan*. 7(1), 127–134.