

## Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital

Ustadus Sholihin

Program Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

Alamat: Jl. Semarang 5 Malang 65145 Jawa Timur (Kampus Induk)

Korespondensi penulis: [ustadus.sholihin.2304139@students.um.ac.id](mailto:ustadus.sholihin.2304139@students.um.ac.id)

**Abstract.** *Digital transformation has become an important key in increasing the market competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). In this research, various important aspects related to the digitalization of MSMEs are discussed, including the role of social communities in contributing ideas and finding solutions to digitalization problems, as well as collaboration between the government, educational institutions and related agencies in supporting the growth of MSMEs. This research also highlights the difficulties, variables and methodologies in running a web-based business, as well as the importance of data innovation in increasing market efficiency. Focusing on fish marketing, research also shows that the use of information and communications technology (ICT) can influence market efficiency. The results of this research provide recommendations for developing curriculum and development programs that can support MSMEs in facing the challenges of digitalization and increasing the competitiveness of small businesses.*

**Keywords:** *MSMEs, Competitiveness, Digital Transformation*

**Abstrak.** Transformasi digital telah menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing pasar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam penelitian ini, membahas berbagai aspek penting terkait dengan digitalisasi UMKM, termasuk peran komunitas sosial dalam menyumbangkan ide dan mencari solusi atas permasalahan digitalisasi, serta kolaborasi antara pemerintah, institusi pendidikan, dan instansi terkait dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Penelitian ini juga menyoroti kesulitan, variabel, dan metodologi dalam menjalankan bisnis berbasis web, serta pentingnya inovasi data dalam meningkatkan efisiensi pasar. Dengan fokus pada pemasaran ikan, penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dapat memengaruhi efisiensi pasar. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi untuk pengembangan kurikulum dan program pembangunan yang dapat mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan meningkatkan daya saing bisnis kecil.

**Kata Kunci:** UMKM, Daya Saing, Transformation Digital

### PENDAHULUAN

Tidak mungkin untuk mengabaikan tren digitalisasi saat ini, terutama bagi kelompok yang terdiri dari satu, dua, atau tiga orang. Hal ini memberlakukan pembatasan pada usaha menengah (UMKM), atau mungkin juga merupakan peluang berharga untuk menjamin kekuatan mereka. keberlanjutan dan daya saing perusahaan sangat baik baik di dalam negeri maupun internasional. Tujuan utama Mendapatkan data adalah bagian dari transformasi digital. sektor bisnis baru dan untuk memanfaatkan lebih banyak metodologi yang didorong oleh informasi membuka pintu untuk memperoleh keuntungan baru di pasar sebagai hasil dari reorientasi model bisnis. Proses digitalisasi itu rumit dan dinamis seiring kemajuan yang membentuk kemampuan yang mewakili masa depan yang lebih baik. (Simberova et al., 2022)

Perubahan yang terkomputerisasi menyimpulkan adanya interaksi Ketahanan digital adalah salah satu kemungkinan perubahan. sebagai salah satu tujuan dan misi penting dari

bisnis organisasi (Jones et al., 2021). Perubahan lanjutan pada UMKM atau istilahnya “usaha mikro, kecil, dan menengah” memanfaatkan inovasi data dan persuratan untuk meningkatkan daya saing, produktivitas, dan efisiensi. bisnis. Transformasi digital sebagai fenomena di UMKM dapat dilihat dari berbagai sudut, seperti: kesulitan sumber daya pada saat transformasi digital karena perubahan, termasuk transformasi, membutuhkan sumber daya (Apoga & Petrovska, 2022).

Keunikan lainnya adalah batasan otoritatif: seperti tidak mempunyai cukup uang atau dukungan dewan yang cukup, perlindungan dari perubahan, serta kurangnya infrastruktur. Hambatan yang ditimbulkan oleh teknologi Usaha kecil dan menengah (UKM) ragu untuk melakukan inovasi administrasi yang maju, seperti pengembangan teknologi Enterprise Resource Planning (ERP), kecerdasan buatan, dan konsekuensi hukum dari tidak adanya integrasi dan kolaborasi antar manajemen dan masalah mengenai privasi serta departemen (Telukdarie, A., Dube, T. Matjuta & Philbin, 2023).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Transformasi digital**

Istilah “transformasi digital” digunakan dalam ilmu skolastik untuk merujuk pada perubahan organisasi yang disebabkan oleh teknologi digital dan perubahan akibat yang ditimbulkan oleh kemajuan inovasi dalam organisasi dan iklim (Widnyani et al., 2021). Perubahan terkomputerisasi dan Inovasi dalam bisnis mengubah perilaku dan harapan. pelanggan, yang memberi tekanan pada bisnis konvensional dan perubahan pasar. pergeseran tuntutan dan perilaku Klien juga memberdayakan organisasi terlebih lagi, organisasi umum untuk berhasil dalam transformasi digital, banyak industri yang bisnis memerlukan perubahan dan perubahan Digital adalah prosedur yang diterapkan oleh perusahaan atau organisasi (Verhoef et al., 2021).

Eksplorasi masa lalu dari (Tarute et al., 2018) mengidentifikasi faktor-faktor yang berdampak. menuju transformasi digital UKM yang berbeda pada faktor internal dan eksternal. Dimana unsur Capabilities fit, resource fit, dan internal serta modifikasi model bisnis. Sedangkan faktor luar terdiri dari kemampuan luar dan ketersediaan sumber daya, peraturan pemerintah, dan faktor yang terkait dengan industri. Oleh karena itu, UMKM harus melakukan transformasi digital agar dapat beradaptasi dengan asumsi nasabah dan peningkatan teknologi informasi. Bahkan Bank Indonesia menyatakan bahwa UMKM sebenarnya memperoleh keuntungan dua kali lipat. manfaat selama pandemi melalui transaksi berbasis internet (Wihdan, 2021). Tujuan dari pemeriksaan ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor

penting transformasi digital UMKM di Provinsi Bali melalui strategi analisis prospektif terstruktur. Dimana strateginya. Pemeriksaan yang direncanakan dipilih adalah investigasi MICMAC.

## **UMKM**

Era revolusi modern 4.0 berarti aktivitas masyarakat tidak bisa lepas dari inovasi teknologi dan internet. Masyarakat sudah terbiasa memanfaatkan inovasi dan telepon seluler berbasis web.(Nadya, 2016) Pengusaha memanfaatkan internet untuk menyebarkan produk dan layanan bisnisnya secara luas, memperluas perkembangan teknologi, informasi, dan internet ke sektor bisnis. Para pebisnis dan pengusaha biasa berbisnis dengan cara tradisional sebelum internet hadir. Namun, begitu internet hadir, masyarakat mulai berbisnis online, dan konsumen hanya membutuhkan ponsel untuk membeli dan menjual.(Syikin, N., Mane, A., & Jafar, 2020) Web of Things (IoT) adalah era lain dari ICT untuk industri. IoT adalah metode yang berhasil untuk menangani masalah data yang dihadapi para eksekutif di kalangan spesialis modern. Inovasi ini berperan dalam mengurangi biaya kerja, mengurangi biaya pembelian sekaligus memperluas bagian dari kue dan lebih mengembangkan hubungan dengan mitra dan klien. (Tarmizi, H. A., Kamarulzaman, N. H., & Abd, 2019) Keuntungan lain yang dirasakan antara lain meningkatkan efisiensi dengan biaya minimal, dan menyelesaikan pembangunan. Perubahan yang terkomputerisasi memiliki kemampuan dalam merencanakan, membuat, mempromosikan, menangani, menunjukkan dan merupakan model administrasi berbasis informasi.(Ulas, 2019)

Informasi yang diperoleh menggabungkan informasi subjektif melalui serangkaian pilihan informasi dan penataan ulang yang diperkenalkan dalam menjelaskan struktur akun kemudian membuat kesimpulan terus-menerus dengan Memikirkan metode pengumpulan data.

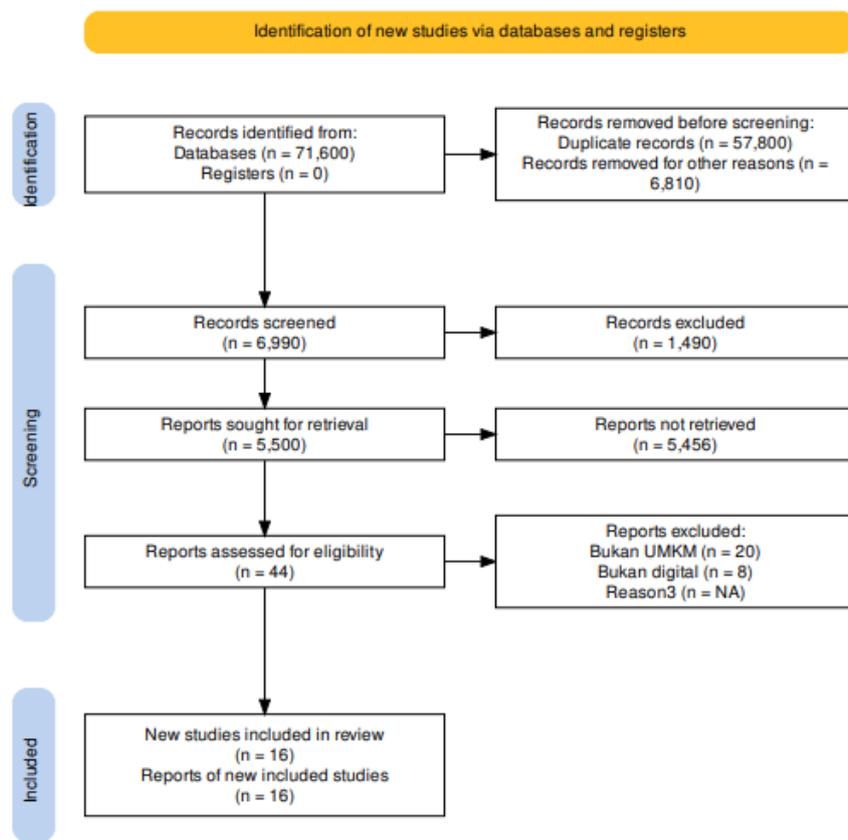
## **Daya Saing**

Tugas UMKM dalam meningkatkan gaji dan lapangan kerja Tentu saja hal ini bisa dianggap besar bagi Indonesia. Dinas Koperasi dan UKM (2014) menyatakan komitmen UMKM terhadap Produk Domestik Bruto pada tahun 2013 mencapai 57,56% dari total Produk Domestik Bruto Masyarakat dengan jumlah organisasi sebanyak 99 persen dari seluruh unit usaha atau 57,9 juta unit yang riil. . UMKM pun siap menyerap 97% total tenaga kerja Indonesia. Kontribusi UMKM yang tinggi namun belum menyebabkan UMKM di Indonesia memiliki intensitas yang tinggi. Persyaratan tersebut banyak ditemui di dalam dan di luar UMKM sehingga UMKM kemudian dianggap belum terlalu kompetitif untuk mampu memberdayakan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan daerah. Skala usaha, efisiensi dan tingkat penerapan inovasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keseriusan UMKM.

Ketiga Unsur-unsur tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengukur daya saing UMKM. Variabel lain seperti tingkat pendidikan pemilik UMKM dan buruh, kemampuan dan tingkat usaha, penerimaan UMKM terhadap sumber pendanaan, penerimaan yayasan pengembangan usaha, faktor luar seperti kemudahan perizinan dan pertukaran biaya, dan lain sebagainya, juga dapat menjadi faktor penentu. digunakan untuk menggambarkan derajat keseriusan UMKM. Tambunan (2008) menyatakan bahwa meskipun UMKM sangat kompetitif, diversifikasi dan pengakuan daya saing UMKM perlu mencakup tiga kualitas yaitu potensi, metode, dan kinerja.(Lantu et al., 2016)

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review untuk melakukan pengumpulan data, identifikasi dan interpretasi antara transformasi digital, bisnis mikro UMKM dan peningkatan daya saing . Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa artikel jurnal. Data dikumpulkan melalui searching Google Scholar, dengan keywords Transformasi digital \*AND\* UMKM \*AND\* Daya saing. Alur seleksi pemilihan artikel jurnal menggunakan Diagram PRISMA yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram PRISMA

Berdasarkan hasil searching Google Scholar pada 15/3/2024 ditemukan 71.000 semua jenis kajian setelah di screening berdasarkan tiga kata keyword diatas, berdasarkan rentang waktu tahun 2020 hingga 2024, jenis artikel jurnal saja yang dipilih, judul artikel harus ada muatan transformasi digital, pelaksanaan di UMKM atau IKM, dan dapat meningkatkan daya saing bisnis kecil tersebut, maka terdapat 16 artikel yang sesuai dengan maksud penelitian yaitu transformasi digital yang ada di bisnis UMKM dan dapat meningkatkan daya persaingan. Berikut ini adalah artikel jurnal terpilih yang ditentukan.

Informasi yang diperoleh mencakup informasi data kualitatif melalui pemilihan dan penyederhanaan data yang disajikan dalam bentuk narasi dengan rincian deskriptif kemudian secara bertahap ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode pengumpulan data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut sinopsis hasil survei penulisan eksplorasi yang terangkum dalam gambaran terlampir. Menurut Nisa dkk. 2023, tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki peran media sosial dalam manajemen pengetahuan. PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis) adalah alat yang terdapat dalam tinjauan pustaka yang digunakan oleh peneliti. PRISMA memuat berbagai hal yang perlu dipikirkan dan dirinci dalam sebuah survei penulisan, mulai dari tahap penyusunan hingga pengenalan hasil. Hasil pemeriksaan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dewan informasi memiliki kemampuan yang cukup besar dalam mengawasi informasi dalam suatu organisasi. Dengan kantor untuk berbagi, berinteraksi, akses terhadap informasi luas, kantor kerja sama, menawarkan peralatan pencarian yang kompleks melalui hiburan virtual yang, bila digunakan secara ideal, dapat membantu asosiasi dalam mengawasi informasi. Hiburan virtual pada umumnya mempunyai dampak positif dan negatif sehingga pemanfaatannya harus dilakukan secara hati-hati terkait dengan perlindungan, keamanan data, dan moral. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan tinjauan literatur secara menyeluruh tentang penggunaan media sosial dalam manajemen pengetahuan..(Nisa et al., 2023)

Eksplorasi ini membahas tentang dampak pendidikan lanjutan terhadap kemajuan bisnis online di era komputerisasi. Pendidikan terkomputerisasi memainkan peran penting dalam berbagai aspek bisnis, termasuk mempelajari sifat SDM, promosi tingkat lanjut, keseriusan, penyesuaian terhadap inovasi baru, dan perubahan bisnis. Dengan menggunakan tinjauan literatur, penelitian ini menemukan bahwa, meskipun penggunaan teknologi meningkat, masih terdapat kekurangan dalam penerapannya. Pendidikan lanjutan memainkan peran penting dalam peningkatan bisnis online di era komputerisasi. Hal ini ditambah dengan

pengerjaan sifat SDM, periklanan yang terkomputerisasi, keseriusan, penyesuaian terhadap inovasi baru dan perubahan bisnis. Kemajuan teknologi informasi digital yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar konsumen yang lebih luas, memangkas biaya promosi dan pemasaran, serta menurunkan biaya operasional usaha, mendukung pertumbuhan bisnis online. Meskipun demikian, organisasi online juga harus menghadapi tantangan seperti perubahan kerangka keuangan dan persaingan yang semakin sengit. Berdasarkan temuan ini, bisnis online perlu menjadi lebih melek digital agar dapat lebih kompetitif dan berkembang. Teknologi informasi digital harus dimanfaatkan oleh dunia usaha untuk mengatasi kendala, memaksimalkan kepuasan pelanggan, dan mempermudah transaksi pembayaran. Disarankan agar dilakukan lebih banyak penelitian mengenai dampak literasi digital terhadap bisnis online, strategi efektif mengatasi hambatan, peran pemerintah dalam meningkatkan literasi digital, dan kebijakan yang mendorong pertumbuhan bisnis online. (Agit et al., 2023)

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan menganalisis adopsi social media marketing oleh UMKM di Indonesia dengan mengungkapkan diskusi tentang arah penelitian di masa mendatang. Teknik analisis yang digunakan adalah tinjauan literatur sistematis pada 65 artikel yang terdaftar dalam database SINTA. Total akhir dari artikel yang digunakan adalah 23 artikel yang sesuai dengan pembahasan tentang adopsi social media marketing oleh UMKM di Indonesia. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adopsi social media marketing dapat meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia. Selain itu, social media marketing dapat menjadi alternatif bagi UMKM di Indonesia dalam menghadapi isu pandemi coronavirus disease 2019 (Covid-19). Tinjauan ini juga menghubungkan tentang bagaimana bentuk implementasi dari adopsi dari social media marketing di masing-masing wilayah Indonesia dan pengaruhnya pada kinerja pemasarannya. (Ardimansyah & Tandra, 2024)

Ketika konsumen melakukan perubahan di zaman yang terkomputerisasi, hal ini menjadi peluang bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan akses pasar dan menjadi ujian untuk beradaptasi. Penjajakan ini diharapkan dapat mengkaji bagaimana cara agar pelaku UMKM bisa maju melalui kegiatan persahabatan, yaitu Relawan, Kelompok Masyarakat UMKM, Pusat Keuangan Terkomputerisasi, Model Kota Cerdas dan Legenda Keuangan dengan memberikan bantuan maju dan bekerja sama dengan berbagai pihak. Pemeriksaan ini menggunakan pendekatan survei yang disengaja melalui beberapa tahapan, yaitu mengenali pertanyaan penelitian, meletakkan dasar informasi hasil penelitian, memilih hasil penelitian yang penting dan terdaftar, menghilangkan informasi, memadukan hasil dengan menggunakan teknik cerita dan memperkenalkan informasi. Dari temuan analisis peran komunitas sosial dalam menyumbangkan ide dan mencari solusi atas permasalahan yang perlu

diatasi untuk menutup kesenjangan arus digitalisasi antara kota dan desa. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membuat kurikulum pengembangan dan pemberdayaan UMKM dalam proses digitalisasi. (Fuadi et al., 2021)

Dengan fokus pada terbatasnya sumber daya yang tersedia bagi pemerintah, penelitian ini menyelidiki peran sentral yang dimainkan pemerintah dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Tasikmalaya. Pemerintah, institusi pendidikan (SMKN 1 Tasikmalaya), dan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM berkolaborasi untuk menerapkan strategi baru ini. Mereka membentuk kelompok yang berkomitmen untuk memimpin upaya promosi terkomputerisasi untuk lebih dari 50 UKM. Melalui strategi pengujian subjektif, eksplorasi ini membedah dampak positif perubahan maju terhadap keseriusan dan jangkauan pasar UKM di Tasikmalaya. Hasil yang diperoleh memberikan pemahaman mengenai pentingnya dan hasil positif dari upaya terkoordinasi tersebut, sekaligus memberikan referensi terhadap upaya serupa di berbagai kabupaten. Upaya koperasi ini tidak hanya memperluas daya dukung UKM di Tasikmalaya, namun juga menunjukkan potensi besar dan sejahtera bagi UKM di seluruh tanah air. (Damayanti et al., 2024)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu pilar perekonomian bertujuan untuk memperluas dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional yang berbasis demokrasi ekonomi. UMKM memainkan peran penting dalam penciptaan lapangan kerja, produktivitas, dan perluasan ekonomi di sejumlah negara maju. Transformasi digital harus diterapkan demi keberlanjutan dan keunggulan kompetitif UMKM di era industri 4.0. Makalah ini berencana untuk berkonsentrasi pada perubahan UMKM yang terkomputerisasi secara terus-menerus untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang pendorong, siklus, dan kesulitan perubahan lanjutan. Terdapat 40 ujian akhir perubahan komputerisasi UMKM dari tahun 2016 hingga 2020 sebagai survei penulisan yang disengaja. Berdasarkan temuan penelitian, UMKM menghadapi faktor, prosedur, dan kesulitan yang berbeda-beda berdasarkan karakteristik masing-masing UKM. Bagi para pengambil kebijakan, penyedia layanan informasi, peneliti, dan usaha kecil dan menengah (UKM), temuan studi ini memberikan indikator yang praktis dalam menilai aspek transformasi digital yang terjadi di UKM. (Rasid et al., 2021).

Teknologi yang digunakan dalam situasi ini adalah fokus utama studi ini, yang menyelidiki pentingnya proses bisnis dalam transformasi digital. Hal ini menggarisbawahi pentingnya proses bisnis dalam menyegarkan prosedur fungsional, memperluas kemahiran dan mendorong pembangunan. Penelitian ini menggunakan cara PRISMA untuk menangani

pengumpulan dan penilaian tulisan-tulisan penting mengenai penemuan dan pengentasan survei palsu. Pendekatan PRISMA dipilih dengan alasan memberikan struktur yang efisien dalam penulisan pencarian, penentuan, dan penilaian, menjamin kemajuan dan ketelitian dalam pengumpulan informasi. Penemuan ini mencakup sirkulasi topografi dari karya-karya yang diperiksa, dengan India membanjiri penulisan karya proses bisnis dalam perubahan besar. IoT, komputasi awan, dan data besar adalah beberapa teknologi yang mendapat perhatian paling besar dalam literatur, menurut analisis tersebut. Studi ini menekankan perlunya penyelidikan tambahan dan penerapan praktis dari temuan dalam konteks dunia nyata pada kesimpulannya. (Bagastio et al., 2023).

Survei penulisan yang dilakukan di masa lalu telah menyelidiki status pelaksanaan pameran terkomputerisasi di Indonesia yang dilakukan oleh UMKM, namun hanya ada sedikit audit penulisan yang menekankan secara tegas pada pelaksanaan periklanan tingkat lanjut. Inti dari survei pengecekan ini adalah untuk merencanakan informasi pameran tingkat lanjut yang ada untuk memenuhi latihan promosi yang terkomputerisasi. Audit pengecekan mengikuti konvensi yang diilustrasikan oleh Arksey dan O'Malley (Arksey dan O'Malley, 2005) yang memiliki lima tahapan utama: (1) membedakan soal pemeriksaan; (2) mengakui investigasi yang relevan; (3) berkonsentrasi pada pilihan; (4) menguraikan informasi, dan (5) merangkai, menyimpulkan, dan mengungkapkan hasil. Selama periode enam tahun (2017-2023), studi yang ditinjau dipilih dari dua database elektronik: Scopus dan Google Scholar. Hasil dari audit yang cermat menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM pasti sudah familiar dengan periklanan tingkat lanjut. Namun menurut Aries Kurniawan dan Asharudin (2018), UMKM harus mengatasi sejumlah kendala agar bisa bertahan dan berkembang. Bagaimana memahami strategi pemasaran digital dan meningkatkan pengetahuan UMKM mengenai pemasaran digital harus menjadi fokus utama. Sesuai Katoyusy Kano dkk (Kano dkk., 2022), sistem pemasaran terkomputerisasi dengan sudut pandang pembeli juga harus lebih dipertimbangkan sehingga pemasaran terkomputerisasi menjadi lebih menarik dalam menonjol dan memenangkan kepercayaan pembeli. (Sirodjudin & Sudarmiati, 2023)

Ada beberapa isu berbeda yang dilirik oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), terutama terkait dengan persaingan bisnis, perkembangan inovatif dan perubahan menuju zaman yang terkomputerisasi. Untuk mencari solusi atas berbagai persoalan tersebut, peran strategis pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya harus hadir. Pendampingan dan pelatihan adalah dua contoh intervensi yang dapat membantu pengusaha UKM meningkatkan keterampilan mereka. Keterlibatan pemangku kepentingan, bantuan berupa pembinaan bisnis, dan program pelatihan yang menggunakan model sistem ADDIE menjadi subjek penelitian ini.

Instansi pemerintah yang membina dan mengembangkan UKM dengan berbagai cara, seperti melalui inkubator bisnis atau format lainnya, memerlukan penelitian empiris.. (Irianto, 2022)

Di Indonesia, berbagai sektor terdampak oleh era industri 4.0 yang berdampak pada persaingan sektor industri. Untuk bertahan, para pelaku bisnis perlu membangun keseriusannya dengan menggunakan inovasi data dan korespondensi. Agar dapat bersaing, para pelaku industri kreatif kerajinan dan batik yang awalnya memproduksi dan mempromosikan produknya secara konvensional terpaksa beralih menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi dapat digunakan lebih dari sekedar produksi dan promosi. Hal ini juga dapat digunakan untuk mendidik para pelaku bisnis tentang bahan dan peralatan yang lebih murah dan ramah lingkungan serta untuk mengajari para seniman batik bagaimana cara mematenkan karyanya. Oleh karena itu, pelaku industri dan pemerintah perlu bekerja sama. Tujuan dari eksplorasi ini adalah untuk mengetahui manfaat inovasi data dan korespondensi untuk meningkatkan keseriusan industri seni dan batik di era modern 4.0. Teknik yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah survey penulisan metodologis (SLR), tepatnya dengan membedah penelitian yang sudah ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi data dan korespondensi dapat meningkatkan keseriusan dalam industri seni imajinatif dan batik.(Prasetyo et al., 2023)

Inti dari eksplorasi ini adalah untuk mengetahui bagaimana digitalisasi operasi terkoordinasi menopang kemajuan e-strategi di era komputerisasi. Teknik yang digunakan adalah melalui survei tertulis terhadap berbagai sumber informasi dan data yang berkaitan dengan faktor-faktor eksplorasi tersebut. Hasil dari konsentrasi dalam berbagai penelitian yang membahas tentang strategi digitalisasi dan faktor-faktor yang terkoordinasi secara elektronik menunjukkan bahwa digitalisasi operasi melalui pengaturan, pelaksanaan dan pengendalian perkembangan tenaga kerja dan produk serta data dalam desain tingkat lanjut terbukti memiliki opsi untuk membantu perencanaan elektronik. pelaksanaan operasi pada bagian kemahiran, kecukupan dan pemisahan. Beberapa peluang berharga yang diberikan oleh pelaksanaan digitalisasi operasi terkoordinasi pada pelaksanaan e-strategi adalah kecepatan yang lebih baik dan kualitas yang tak tergoyahkan. Tantangan yang harus dipertimbangkan adalah serangan digital, informasi yang tercemar, pedoman keamanan, fleksibilitas struktur, dan kejujuran data. (Purbasari et al., 2023)

Mengingat dampak pembicaraan tersebut, ada beberapa hal penting yang dapat diselesaikan, antara lain: Pertama, kemahiran terkomputerisasi mengacu pada kemampuan UMKM untuk memanfaatkan inovasi terkomputerisasi dan perangkat khusus melalui web untuk mendapatkan materi bisnis dan menyediakan data bisnis. . Pemanfaatan teknologi

terkomputerisasi dipandang mampu meningkatkan kinerja, omset dan pendapatan UMKM itu sendiri, serta penting bagi upaya menjaga keterpaduan bisnis. Kedua, dari sudut pandang pendidikan keuangan, pelaku usaha kecil dan menengah memerlukan informasi penting mengenai kebutuhan dasar pembeli sebelum menciptakan tenaga kerja dan produk serta membedah peluang dan kesulitan yang berharga dari usaha atau bisnis yang mereka geluti. Ketiga, sebuah usaha yang dapat berkembang sebenarnya harus mulai memimpin kelompok dan mengurangi kemungkinan pesaing untuk maju lebih dulu. Oleh karena itu, pengelola keuangan harus menyiapkan sistem pengembangan untuk usahanya agar dapat memberikan keuntungan dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, syarat mendasar bagi suatu perusahaan untuk mampu mencapai keunggulan kompetitif adalah inovasi yang berkelanjutan. (Irawan, 2023)

Teknologi belanja online dikenal dengan istilah e-commerce. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, Indonesia memberikan peluang untuk menerapkan e-commerce. Keuntungan dan kerugian penerapan e-commerce telah menjadi subyek banyak makalah penelitian. Oleh karena itu, inti dari pemeriksaan ini adalah untuk memperoleh hasil yang berkaitan dengan kesulitan, variabel dan metodologi menjalankan bisnis berbasis Web di Indonesia dari penulisan pada tahun 2018-2023. Pemeriksaan ini menggunakan strategi penelitian SLR (Efficient Writing Audit) dan pendekatan PRISMA. Terdapat 15 lembar tulisan yang melalui tahapan survei dan unggul dalam menjawab beberapa soal ujian. Selanjutnya, beberapa penelitian belum tentu menghubungkan kesulitan, variabel dan prosedur dalam menjalankan bisnis berbasis Web dengan inovasi data, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. (Usady, 2023)

Artikel ini memimpin survei penulisan yang disengaja mengenai informasi para eksekutif sehubungan dengan bisnis inovatif. Latihan industri imajinatif yang menonjolkan arah daya cipta dan pengembangan, memberi energi pada informasi individu sebagai sumber daya yang sulit dipahami untuk diawasi dengan baik. Keberadaan manajemen pengetahuan yang berkelanjutan harus didasarkan pada alasan ini. Upaya bersama juga dipandang sebagai fasilitator penting dalam interaksi ini, khususnya dengan menyimpan beragam data dan informasi. Artikel ini secara efisien mengaudit penulisan yang mengevaluasi informasi dewan dalam bisnis imajinatif. Ada sejumlah kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan yang digunakan untuk menganalisis 33 artikel dalam penelitian ini. Dulu, penggunaan Scopus untuk menarik database elektronik menghasilkan 160 artikel, yang kemudian dicocokkan dengan kriteria sehingga menghasilkan 33 artikel yang dianalisis dengan filter. Analisis ini memberikan informasi yang berguna untuk pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya

mengenai manajemen pengetahuan di industri kreatif. Frase Slogan: Informasi para eksekutif; industri imajinatif.(Asti Nur Aryanti<sup>1</sup> et al., 2022)

Karena ikan merupakan komoditas yang mudah rusak, maka ikan dapat sampai ke konsumen dengan cepat. Namun, pemasaran ikan menghadapi banyak kendala, termasuk akses pasar, hambatan alami seperti jarak dan waktu perjalanan, hambatan kelembagaan seperti pembatasan masuk secara legal, tarif, dan kuota, serta tarif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi untuk penelitian masa depan mengenai komunikasi pemasaran ikan dan untuk menggambarkan keadaan penelitian yang ada mengenai penerapan ICT dalam pemasaran ikan. Ujian ini menggunakan teknik survei tertulis, dengan memecah 22 artikel diary berdasarkan tampilan semboyan yang signifikan. Deskripsi kualitatif dari setiap sampel diikuti. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi pasar dapat dipengaruhi oleh penggunaan telepon seluler, khususnya dari sudut pandang ekonomi. Penelitian mengenai kemahiran TIK pemasar ikan adalah fokus utama dari kesempatan ini untuk berkontribusi pada strategi komunikasi pemasaran ikan.(Leonardi et al., 2024)

Anggriawan et.all pada tahun 2023, Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber dari pemerintah daerah. Untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian, teknik analisis datanya menggunakan metode analisis data interaktif. Berdasarkan temuan tersebut, proses bisnis daerah yang dipetakan dapat membantu pemerintah daerah Kabupaten Pangandaran dalam mengembangkan program pembangunan pariwisata berkelanjutan. Namun program-program yang telah dilaksanakan belum sepenuhnya berhasil. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya kerjasama antara masyarakat dengan OPD (Organisasi Perangkat Daerah). Untuk mendukung program pembangunan pariwisata berkelanjutan di masa depan, perlu dilakukan penelitian mengenai model tata kelola yang sesuai.(Anggriawan et al., 2023)

## **KESIMPULAN**

Transformasi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing bisnis UMKM. Melalui penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat strategi pemasaran mereka. Studi-studi yang dilakukan menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan transformasi digital cenderung lebih sukses dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, penelitian juga menyoroti pentingnya kerjasama antara UMKM dengan pemerintah daerah dan organisasi terkait untuk mendukung pengembangan bisnis dan program-program pembangunan yang berkelanjutan. Model tata kelola yang tepat dan

kerjasama yang baik di antara berbagai pihak diharapkan dapat memperkuat ekosistem bisnis UMKM dan mempercepat pertumbuhan sektor tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga peluang bagi UMKM untuk terus berkembang dan bersaing di era digital ini. Dukungan dari berbagai pihak, pemahaman yang baik tentang teknologi, dan keterlibatan aktif dalam program-program pengembangan bisnis menjadi kunci sukses bagi UMKM dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar global yang terus berubah.

## **SARAN**

Terdapat beberapa topik penelitian yang dapat dijadikan sebagai arah penelitian selanjutnya terkait dengan transformasi digital dan UMKM, antara lain:

1. Adopsi Social Media Marketing oleh UMKM: Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi social media marketing dapat meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada strategi penggunaan media sosial yang lebih efektif, pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan, dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi social media marketing oleh UMKM.
2. Dampak Literasi Digital terhadap Bisnis Online: Studi-studi telah menyoroti pentingnya literasi digital dalam meningkatkan kompetitivitas dan pertumbuhan bisnis online. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih lanjut dampak literasi digital terhadap UMKM, strategi efektif untuk mengatasi hambatan literasi digital, peran pemerintah dalam meningkatkan literasi digital, dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan bisnis online.
3. Penerapan E-commerce di Indonesia: Dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia, terdapat peluang besar untuk penerapan e-commerce oleh UMKM. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada mengidentifikasi keuntungan dan kerugian penerapan e-commerce, serta strategi dan metode yang efektif dalam menjalankan bisnis berbasis web di Indonesia.
4. Transformasi Digital dan Keunggulan Kompetitif UMKM: Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa transformasi digital dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM di era industri 4.0. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan transformasi digital, strategi yang efektif dalam mengimplementasikannya, dan dampaknya terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

Dengan mengambil arah penelitian yang relevan dengan topik-topik di atas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan solusi yang lebih konkret dalam mendukung pengembangan dan pertumbuhan UMKM melalui transformasi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agit, A., Julyana, S. A., & Ma'ruf, B. (2023). Tinjauan Literatur pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online di Era Digital. *SEMINAR NASIONAL AMIKOM SURAKARTA (SEMNAS) 2023*, 624–634.
- Anggriawan, T., Yulitasari, L. D., & Fadillah, E. (2023). EKSPLORASI PROSES BISNIS DAERAH PADA SEKTOR UNGGULAN KABUPATEN PANGANDARAN SEBAGAI POTENSI PARIWISATA BERKELANJUTAN. *JURNAL PANGRIPTA, VOL. 6 NO. 2, SEPTEMBER 2023*, 6–2, 29–40.
- Apoga, R. R., & Petrovska, K. (2022). Barriers to Sustainable Digital Transformation in Micro\_Small-and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability Journal*, 14, 1–19.
- Ardimansyah, & Tandra, H. (2024). Adopsi Social Media Marketing oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC, Vol 7 2024*, 183–199.
- Asti Nur Aryanti<sup>1</sup>, P. P. R., Rofaida, R., Senen, S. H., & Suryana. (2022). Systematic literature review: knowledge management di industri kreatif. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(4), 858–873.
- Bagastio, S. J., Harizillah, M. A., Pramudya, dan M. A., & Subekti. (2023). Peran Proses Bisnis dalam Transformasi Digital UKM: Systematic Literature Review mengenai Teknologi yang Diadopsi. *JURNAL SITEKNIK Sistem Informasi, Teknik Dan Teknologi Terapan, Vol. 1, No*, 32–40.
- Damayanti, N. Y., Zainsyah, A. B., Bayuningrat, Nurfitriya, L., Arya, Adisasmito, B., & Darliana, H. (2024). DIGITALISASI BISNIS KERAJINAN LOKAL KHAS TASIKMALAYA SEBAGAI UPAYA PEMBANGUNAN KEMANDIRIAN INDUSTRI KREATIF SERTA PEMERATAAN EKONOMI DI KAWASAN PRIANGAN TIMUR. *JOLASTIC, JOLASTIC*., 79–87.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, Nomor: 1* (. <https://doi.org/doi:https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Irawan, E. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *EBISMAN : EBisnis Manajemen, 1–4*, 30–41.
- Irianto, U. (2022). Small and Medium Enterprise Development: Concept Overview of Stakeholder Engagement, Business Coaching, and the ADDIE Model in Training. *JKMP (JurnalKebijakan Dan Manajemen Publik)*., 10(2), 7–19.
- Jones, M. D., Hutcheson, S., & Camba, J. . (2021). Past, present, and future barriers to digital transformation in manufacturing: A review. *Journal of Manufacturing Systems*, 1–13.

- Krauss, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Banegas, N. ., & Tierno, N. . (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *Journals Sage July – September*. P, 1–15.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77–93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
- Leonardi, A., Sjafri, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Digital untuk Pemasaran Ikan Skala Mikro : Systematic Literature Review. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7–1, 37–56.
- Nadya. (2016). Peran digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner seblak jeletet murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 133–144.
- Nisa, N. C., Pratiwi, N. I., & Chandradewi, A. (2023). Peran Media Sosial Dalam Knowledge Management Pada Organisasi: A Literature Review. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, Volume 2, Halaman 232-246. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.5281/zenodo.8059390>
- Prasetyo, M. D., Aji, T. A. B., & Purnawirawan, O. (2023). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF KERAJINAN DAN BATIK DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DI ERA INDUSTRI 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik, 14 Desember 2023*.
- Purbasari, R., Novel, N. J. A., & Kostini, N. (2023). Digitalisasi Logistik Dalam Mendukung Kinerja E-Logistic Di Era Digital: A Literature Review. *Journal of Organization, Management, Business and Logistics (JOMBLO)*, 1–2, 177–196.
- Rasid, F. E. T., H, S. P., & Rizal, M. N. (2021). FAKTOR PENDORONG, PROSES DAN TANTANGAN TRANSFORMASI DIGITAL PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH: TINJAUAN PUSTAKA SISTEMATIS. *Jurnal Informasi Interaktif*, Vol. 6 No., 62–71.
- Simberova, I., Koraos, A., Schuller, D., Smolikova, L. Strakova, J., & Vachal, J. (2022). Threats and Opportunities in Digital Transformation in SMEs from the Perspective of Sustainability: A Case Study in the Czech Republic. *Sustainability Journal*, 14, 1–17.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *EBISMEN*, 2–2, 20–35.
- Syikin, N., Mane, A., & Jafar, S. (2020). Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di kecamatan rappocini kota makassa. *Economics Bosowo Journal*, 6(005), 219-230., 6–005, 219–230.
- Tarmizi, H. A., Kamarulzaman, N. H., & Abd, A. (2019). Adoption of internet of things along halal food\_based SMES supply chain in Malaysia. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 5/2, 13–30.
- Tarute, A., Duobiene, J., Kloviene, L., Vitkauskaite, E., & Varaniute, V. (2018). *Tarute, A., Duobiene, J., Kloviene, L., Vitkauskaite, E., Varaniute, V., 2018, Identifying Factors Affecting Digital Transformation of SMEs, In Proceedings of The 18th International Conference on Electronic Business (pp. 373- 381). ICEB, Guilin, China, De.*
- Telukdarie, A., Dube, T. Matjuta, P., & Philbin, S. (2023). The Opportunities and Challenges

of Digitalization for SME's. . *Procedia Computer Science*, 217, 689–698.

- Ulas, D. (2019). Direct digital transformation process and smes digital transformation process and SMES. *Procedia Computer Science*, 158/1, 662–671.
- Usady, H. (2023). Tantangan, Faktor dan Strategi dalam Penerapan E-Commerce: Systematic Literature Review. In *SEMINAR NASIONAL AMIKOM SURAKARTA (SEMNAS) 2023*.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., Haenlein, M., 2021, Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda, *Journal of Business Research*, 122(January 2021), 889-901. 2021 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.011>. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., Putri, B., & L., C. (2021). Widnyani, N. M., Astitiani, N.L. P. S., Putri, B. C. L., 2021, Penerapan Transformasi Digital pada UKM Selama Pandemi Covid\_19 di Kota Denpasar, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol.6, No.1, 79-87. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6–1, 79–87.
- Wihdan. (2021). *30 Juta UMKM Bangkrut, Sisanya Bertahan dengan Digitalisasi [Online]*. Available: [https://m-republika\\_coid.cdn.ampproject.org/v/s/m.republika.co .id/amp/qkkg48383?amp\\_js\\_v=a6&\\_gsa](https://m-republika_coid.cdn.ampproject.org/v/s/m.republika.co.id/amp/qkkg48383?amp_js_v=a6&_gsa).