



## TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI ERA GLOBALISASI

Dania Hellin Amrina

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email: [дания.хеллин@upnyk.ac.id](mailto:дания.хеллин@upnyk.ac.id)

### Abstract

Digital economic transformation has become a crucial phenomenon in global economic development, significantly impacting the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). In the era of globalization, MSMEs are required to adapt to technological advancements to remain competitive in an increasingly open market. This study aims to analyze the role of digital economic transformation in enhancing MSME competitiveness, identify the challenges faced, and formulate effective strategies to support MSME digitalization. The research employs a library research method with a descriptive-analytical approach, utilizing data sources from scientific journals, books, and relevant official reports within the last seven years. The results indicate that digital transformation improves operational efficiency, expands market access, and fosters product innovation among MSMEs; however, challenges such as low digital literacy, limited infrastructure, and inadequate access to financing remain significant barriers. Therefore, collaboration among government, business actors, and stakeholders is essential to strengthen an inclusive digital ecosystem. In conclusion, digital economic transformation is a key strategy for sustainably enhancing MSME competitiveness in the era of globalization.

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

### Abstrak

Transformasi ekonomi digital telah menjadi fenomena penting dalam perkembangan ekonomi global yang berdampak signifikan terhadap peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era globalisasi, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif di pasar yang semakin terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran transformasi ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM, mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi, serta merumuskan strategi yang efektif dalam mendukung digitalisasi UMKM. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif-analitis, menggunakan sumber data berupa jurnal ilmiah, buku, dan laporan resmi yang relevan dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendorong inovasi produk UMKM, namun masih dihadapkan pada berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan akses pembiayaan yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan dalam memperkuat ekosistem digital yang inklusif. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi ekonomi digital merupakan strategi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan di era globalisasi.

Kata Kunci: Transformasi Digital, UMKM, Daya Saing, Ekonomi Digital, Globalisasi

## PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama ditandai dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi dalam berbagai aktivitas ekonomi, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perubahan ini menjadi peluang strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah arus globalisasi yang semakin kompetitif. UMKM memiliki peran penting sebagai tulang punggung perekonomian nasional, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun dalam mendukung pemerataan ekonomi. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan bagi UMKM agar mampu beradaptasi dengan perubahan pasar serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha (Firmansyah, 2024).

Transformasi ekonomi digital mencakup berbagai aspek, mulai dari digitalisasi proses produksi, pemasaran berbasis platform digital, hingga pemanfaatan teknologi finansial dalam sistem pembayaran. Pemanfaatan teknologi ini memungkinkan UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing di tingkat nasional maupun internasional (Kurniawan & Saputri, 2025). Dalam konteks ini, platform digital seperti e-commerce dan media sosial menjadi instrumen penting bagi UMKM dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Namun demikian, implementasi transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang berdampak pada kurang optimalnya pemanfaatan teknologi. Selain itu, keterbatasan infrastruktur digital serta akses terhadap teknologi juga menjadi hambatan yang signifikan (Herlambang, 2023). Kondisi ini menyebabkan kesenjangan antara UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital dengan yang belum, sehingga memengaruhi tingkat daya saing mereka.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan dalam mendorong digitalisasi UMKM melalui program pelatihan, pendampingan, serta penyediaan akses pembiayaan berbasis digital. Dukungan ini diharapkan dapat mempercepat proses transformasi digital dan meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghadapi persaingan global (Sutrisno, 2022). Namun, efektivitas program-program tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut untuk memastikan dampaknya terhadap peningkatan kinerja UMKM.

Pada level operasional, transformasi digital dalam UMKM juga menuntut adanya perubahan pola pikir pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Pelaku UMKM harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memanfaatkan data digital

dalam pengambilan keputusan bisnis. Strategi pemasaran digital, penggunaan platform online, serta inovasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM (Wijaya, 2024). Namun, dalam praktiknya, tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan dan kesiapan untuk melakukan transformasi tersebut secara optimal.

Selain itu, dukungan ekosistem digital yang kuat juga menjadi faktor penentu keberhasilan transformasi ekonomi digital UMKM. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan sangat diperlukan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan UMKM berbasis digital. Penyediaan infrastruktur, regulasi yang adaptif, serta akses terhadap teknologi dan pasar menjadi aspek penting dalam memperkuat daya saing UMKM (Rahman & Fauzi, 2023). Seiring dengan meningkatnya persaingan global, UMKM dituntut untuk terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia, kesenjangan digital, serta kurangnya literasi teknologi masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif dalam mendorong transformasi ekonomi digital UMKM agar mampu bersaing di tingkat global.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi, mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi, serta merumuskan strategi yang efektif dalam mendukung digitalisasi UMKM. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan serta memperkuat peran UMKM dalam perekonomian nasional.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) yang bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyimpulkan berbagai literatur yang relevan terkait dengan transformasi ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi (Zed, 2008), dengan memanfaatkan sumber data berupa kebijakan pemerintah, laporan resmi, artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta buku-buku teks yang membahas ekonomi digital, kewirausahaan, dan pengembangan UMKM; pengumpulan data dilakukan melalui penelaahan sistematis terhadap berbagai sumber terpercaya dari database akademik dan repositori ilmiah dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mereduksi informasi yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM, strategi peningkatan daya saing, serta tantangan yang dihadapi dalam proses transformasi digital; selanjutnya data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-analitis untuk memberikan gambaran menyeluruh

mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing UMKM, sekaligus mengevaluasi tingkat adopsi teknologi oleh pelaku usaha serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya; analisis juga dilakukan dengan membandingkan berbagai hasil penelitian terdahulu guna menemukan pola, kesenjangan (gap), dan peluang pengembangan strategi yang lebih efektif, sehingga melalui metode ini diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif dan objektif mengenai transformasi ekonomi digital UMKM serta implikasinya terhadap peningkatan daya saing dalam menghadapi dinamika ekonomi global.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Transformasi Ekonomi Digital dalam Pengembangan UMKM di Era Globalisasi**

Transformasi ekonomi digital telah menjadi fenomena yang tidak terpisahkan dari perkembangan UMKM di era globalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital seperti platform e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen tanpa batas geografis. Dengan demikian, UMKM tidak lagi terbatas pada pasar lokal, tetapi dapat bersaing di tingkat nasional bahkan internasional. Transformasi ini menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Transformasi digital juga berdampak pada perubahan model bisnis UMKM. Pelaku usaha mulai beralih dari sistem konvensional ke sistem berbasis digital yang lebih fleksibel dan efisien. Penggunaan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengelola inventaris, memantau penjualan, serta melakukan analisis pasar secara lebih akurat. Hal ini memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih strategis dan berbasis data. Namun, perubahan ini juga menuntut adanya kesiapan dari pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi secara optimal. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital turut mendorong inovasi dalam pengembangan produk dan layanan. UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital cenderung lebih inovatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan pelaku usaha untuk memahami preferensi konsumen secara lebih cepat dan akurat. Dengan demikian, inovasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Namun demikian, tidak semua UMKM mampu mengadopsi teknologi digital secara merata. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan digital antara UMKM yang telah maju dengan yang masih tertinggal. Kesenjangan ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, serta keterbatasan sumber daya manusia. Kondisi ini menjadi tantangan dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM secara menyeluruh. Di sisi lain, transformasi ekonomi digital juga mendorong peningkatan efisiensi dalam proses bisnis UMKM. Penggunaan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk mengurangi biaya operasional, meningkatkan kecepatan layanan, serta memperbaiki kualitas produk. Hal ini memberikan nilai tambah bagi UMKM dalam menghadapi persaingan global. Namun, untuk mencapai efisiensi tersebut, diperlukan investasi yang tidak sedikit dalam hal teknologi dan pelatihan sumber daya manusia.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi ekonomi digital memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan UMKM di era globalisasi. Meskipun memberikan berbagai peluang, transformasi ini juga menghadirkan tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam meningkatkan daya saing mereka.

### **Tantangan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Transformasi Digital**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu tantangan utama dalam transformasi ekonomi digital adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum memahami secara menyeluruh cara memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Hal ini menyebabkan pemanfaatan teknologi digital belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi langkah penting dalam mendorong transformasi digital UMKM. Selain itu, keterbatasan infrastruktur digital juga menjadi hambatan dalam proses digitalisasi UMKM. Akses terhadap internet yang belum merata, terutama di daerah terpencil, menjadi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini menyebabkan sebagian UMKM tidak dapat mengakses platform digital secara optimal, sehingga tertinggal dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur digital menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung transformasi ekonomi digital.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan akses terhadap pembiayaan untuk mendukung digitalisasi UMKM. Banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam memperoleh modal untuk mengadopsi teknologi digital, seperti perangkat lunak,

perangkat keras, maupun pelatihan sumber daya manusia. Keterbatasan ini menyebabkan proses transformasi digital berjalan secara lambat. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari lembaga keuangan dan pemerintah dalam menyediakan akses pembiayaan yang mudah dan terjangkau bagi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong transformasi digital UMKM. Program pelatihan, pendampingan, serta penyediaan akses teknologi menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Namun, implementasi program-program tersebut masih perlu ditingkatkan agar lebih efektif dan tepat sasaran.

Strategi pemasaran digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan media sosial, e-commerce, serta platform digital lainnya cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi. Namun, tidak semua UMKM memiliki kemampuan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam bidang ini. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing UMKM melalui transformasi ekonomi digital memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Tidak hanya fokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan infrastruktur, serta dukungan kebijakan yang kondusif. Dengan strategi yang tepat, transformasi digital dapat menjadi solusi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi secara berkelanjutan.

## **Pembahasan**

Transformasi ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan seiring dengan pesatnya adopsi teknologi digital dalam berbagai sektor usaha. Namun demikian, meskipun digitalisasi telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk berkembang, masih terdapat berbagai tantangan dalam implementasinya. Sebagai bagian penting dari perekonomian nasional, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan dinamika pasar global yang semakin kompetitif. Pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce, pembayaran digital, dan pemasaran berbasis media sosial menjadi strategi utama dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha (Ardiansyah, 2024). Meskipun demikian, tidak semua UMKM mampu mengoptimalkan potensi tersebut secara maksimal.

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa sebagian besar UMKM telah mulai mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka, terutama dalam hal pemasaran dan transaksi penjualan. Platform digital seperti

marketplace dan media sosial telah menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Namun, tingkat adopsi teknologi ini masih bervariasi, tergantung pada tingkat literasi digital, akses terhadap teknologi, serta kesiapan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pelaku UMKM (Nugroho & Pertiwi, 2025). Selain itu, transformasi digital juga menuntut adanya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami dan memanfaatkan teknologi secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital masih menjadi kendala utama dalam proses digitalisasi UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum memahami secara menyeluruh cara memanfaatkan platform digital secara efektif, sehingga penggunaan teknologi belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing (Handayani, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan teknologi, tetapi juga dengan kesiapan sumber daya manusia.

Dalam praktiknya, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital dan permodalan. Beberapa UMKM masih kesulitan dalam mengakses internet yang stabil serta belum memiliki kemampuan finansial untuk mengadopsi teknologi yang lebih canggih. Kondisi ini menyebabkan kesenjangan digital antara UMKM yang telah maju dengan yang masih tertinggal, sehingga berdampak pada ketimpangan daya saing di antara pelaku usaha (Santoso, 2022). Di sisi lain, transformasi ekonomi digital juga membuka peluang bagi UMKM untuk melakukan inovasi dalam pengembangan produk dan layanan. Penggunaan data digital dan analisis pasar memungkinkan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dengan lebih baik, sehingga dapat menciptakan produk yang lebih kompetitif. Namun, dalam praktiknya, masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan data digital secara optimal dalam pengambilan keputusan bisnis (Pradana & Yusuf, 2024).

Aspek lain yang penting dalam transformasi digital UMKM adalah dukungan dari ekosistem digital, termasuk peran pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan. Berbagai program digitalisasi UMKM telah dilakukan, seperti pelatihan literasi digital dan penyediaan akses pembiayaan berbasis teknologi. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program-program tersebut belum sepenuhnya merata dan masih menghadapi berbagai kendala dalam hal efektivitas dan jangkauan (Kusuma, 2025). Selain itu, UMKM juga dihadapkan pada tantangan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen di era digital. Transparansi informasi, kualitas produk, serta keamanan transaksi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pasar. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas layanan serta memastikan keamanan dalam setiap transaksi digital yang dilakukan (Fadilah, 2023). Transformasi ekonomi digital juga menuntut adanya perubahan strategi bisnis

yang lebih inovatif dan adaptif. UMKM tidak hanya dituntut untuk memanfaatkan teknologi, tetapi juga harus mampu mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari, serta kolaborasi dengan platform digital. Namun, tidak semua UMKM memiliki kemampuan untuk mengembangkan strategi tersebut secara optimal (Rahmat & Siregar, 2024).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi digital yang dilakukan oleh UMKM memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing usaha, terutama dalam hal efisiensi operasional dan perluasan pasar. Namun, keberhasilan inovasi tersebut sangat bergantung pada kesiapan pelaku usaha serta dukungan dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem digital yang mendukung perkembangan UMKM (Wulandari, 2025).

Dengan demikian, transformasi ekonomi digital memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi. Namun, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, serta kurangnya dukungan ekosistem yang optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang terintegrasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong transformasi digital UMKM secara berkelanjutan dan inklusif.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis mengenai transformasi ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi, dapat disimpulkan beberapa temuan penting yang menggambarkan sejauh mana digitalisasi telah diimplementasikan dalam aktivitas UMKM. Secara umum, UMKM di Indonesia telah mulai mengadopsi teknologi digital, terutama dalam aspek pemasaran dan transaksi melalui platform e-commerce, media sosial, serta sistem pembayaran digital, yang terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun demikian, implementasi transformasi digital tersebut belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan literasi digital, akses terhadap teknologi, serta kesiapan sumber daya manusia yang belum merata.

Pertama, meskipun sebagian UMKM telah memanfaatkan teknologi digital, masih ditemukan kesenjangan dalam tingkat adopsi, di mana banyak pelaku usaha yang belum mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing, terutama dalam hal pengelolaan data dan strategi pemasaran digital. Kedua, aspek kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor krusial, karena rendahnya pemahaman terhadap teknologi digital menyebabkan pemanfaatan platform digital

belum memberikan dampak maksimal terhadap pertumbuhan usaha. Ketiga, dukungan infrastruktur dan akses terhadap pembiayaan juga menjadi kendala utama, terutama bagi UMKM di daerah yang belum memiliki akses internet yang memadai dan keterbatasan modal untuk melakukan inovasi digital. Keempat, peran pemerintah dan pemangku kepentingan dalam mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan sudah cukup signifikan, namun implementasinya masih perlu ditingkatkan agar lebih merata dan tepat sasaran. Kelima, aspek kepercayaan konsumen dan kualitas layanan digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu menjaga kualitas produk dan keamanan transaksi. Pada akhirnya, meskipun transformasi ekonomi digital telah memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang di era globalisasi, masih diperlukan upaya perbaikan yang berkelanjutan, terutama dalam peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur, serta pengembangan ekosistem digital yang inklusif, sehingga UMKM dapat bersaing secara optimal dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R. (2024). Transformasi digital dan peningkatan daya saing UMKM di era globalisasi. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 6(1), 12–25.
- Fadilah, N. (2023). Kepercayaan konsumen dalam transaksi digital pada UMKM berbasis e-commerce. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Informasi*, 5(2), 88–102.
- Handayani, S. (2023). Literasi digital dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 45–58.
- Kurniawan, R., Safitri, M., Nugroho, A., & Arieffiani, A. (2025). Transformasi digital UMKM: Cerminan evolusi sistem ekonomi Indonesia menuju era ekonomi digital. *Musyteri: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 17(7), 121–130.
- Kusuma, D. (2025). Evaluasi kebijakan digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing ekonomi nasional. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 8(1), 33–47.
- Nugroho, A., & Pertiwi, D. (2025). Adopsi teknologi digital dalam pengembangan UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 7(2), 101–115.
- Pradana, Y., & Yusuf, M. (2024). Pemanfaatan data digital dalam pengambilan keputusan bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen Strategis*, 6(2), 67–80.
- Rahmat, A., & Siregar, L. (2024). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 22–35.
- Santoso, B. (2022). Kesenjangan digital dan dampaknya terhadap perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 90–105.

- Savitri, P., & Riofita, H. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan pendapatan nasional di era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5126–5130.
- Setiani, K. W., & Widodo, E. K. (2023). Penerapan digital marketing pada UMKM: Analisis bibliometrik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (EKOBIL)*, 2(3), 150–162.
- Sutrisno, H. (2022). Peran pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik dan Ekonomi*, 3(1), 55–70.
- Utami, U. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 10–21.
- Wardana, L., & Italina, C. (2025). Model digitalisasi UMKM dalam transaksi ekonomi era Society 5.0. *Jurnal Ekobismen*, 5(2), 75–89.
- Wulandari, S. (2025). Inovasi digital UMKM dalam meningkatkan daya saing global. *Jurnal Ekonomi Global dan Bisnis*, 7(1), 40–55.