



ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN TEKNOLOGI TERHADAP PEMBERDAYAAN UMKM DI INDONESIA

Ayshifa Nur 'Aini¹, Ela Nur Safitri², Gita Majalina³, Muhammad Zainul Abidin⁴,
Novi Khoiriawati⁵

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah

⁴ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah

⁵ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Email: elanursafitri021@gmail.com

Article History:

Received: 18-04-2024

Revised: 10-05-2024

Accepted: 20-05-2024

Keywords: Peluang,
Pemberdayaan UMKM,
Tantangan

Abstract: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peluang dan kesulitan teknologi dalam memajukan usaha kecil dan menengah di Indonesia. Artikel ini berfokus pada pemberdayaan, bagaimana teknologi digital dapat membantu UKM meningkatkan kinerja dan bersaing di pasar global, serta tantangan dan peluang yang dihadapi UKM dalam pengembangan teknologi. Peningkatan usaha kecil dan menengah merupakan langkah maju yang signifikan dalam memperbaiki dan memperkuat situasi perekonomian banyak masyarakat Indonesia, terutama melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan kesenjangan dan pengurangan kemiskinan. Metode dari literatur kualitatif (studi literatur) digunakan dalam proyek penelitian ini. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang dikumpulkan pada website khususnya Laporan Pemberdayaan UMKM 2022 yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa evaluasi peluang dan keterbatasan teknologi dalam memajukan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia menyoroti bahwa teknologi memiliki fungsi penting dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM. Inisiatif publik untuk membantu UKM melakukan digitalisasi; Banyak penyedia layanan harus menghadapi keberlanjutan perusahaan di era digital. Namun, tantangan lain seperti rendahnya kualitas tenaga kerja, rendahnya kapasitas teknis dan terbatasnya akses terhadap modal juga mungkin terjadi. Untuk meningkatkan potensi UMKM di Indonesia, pemerintah dan organisasi terkait harus fokus pada pengembangan infrastruktur bisnis, peningkatan kualitas pegawai, dan peningkatan permodalan.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang begitu pesat membawa perubahan pada kebiasaan hidup masyarakat, terutama dalam menjalankan aktivitas sehari-hari seperti makan, bersekolah, dan lain-lain. Terlebih lagi, kemajuan teknologi telah mengubah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang semula bersifat tradisional menjadi era digital yang dibawa. Di mana pun, kapan pun, teknologi lama menjadi lebih cepat dan lebih mudah diakses. UMKM yang dapat berkembang di era digital melalui pemanfaatan teknologi yang terus berkembang merupakan bisnis yang menawarkan peluang di era digital. Penerapan teknologi dapat menjadi peluang bagi dunia usaha yang selanjutnya dapat melahirkan wirausaha baru dan menjadi pemimpin perekonomian nasional. (Firda Aulia Nur Miftitah & Mashudi, 2023).

Salah satu ayat Al-Quran yang membahas tentang perdagangan adalah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisaa' [4]: 29)

Ayat ini menekankan bahwa kekayaan dapat diperoleh melalui perdagangan atau commerce, asalkan dilakukan dengan sukarela dan tanpa penipuan, ketidakadilan, atau riba. Sepanjang dilakukan dengan benar menurut syariat Islam, berdagang atau jual beli merupakan profesi yang mulia untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menghidupi keluarga. Berdagang atau berjualan adalah salah satu pilihan mencari nafkah dengan gaya Halal. Dalam ayat tersebut Nabi Sulaiman menyerukan kepada Allah agar selalu memberinya kesempatan mensyukuri nikmat yang dilimpahkan kepadanya dan keluarganya. Kita bisa bersyukur karena telah menjalankan atau memiliki usaha seperti UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Seseorang dapat mencari nafkah dengan menafkahi keluarganya dengan cara yang diakui oleh Allah SWT dan sesuai dengan halal.

Usaha Kecil Menengah dan Kecil (UMKM) akan terus diperkuat oleh pemerintah seiring dengan kondisi perekonomian Indonesia yang saat ini sedang dalam kondisi genting. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar sehingga memungkinkan usaha kecil dan menengah (UMKM) berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang cenderung mengeluarkan modal dalam jumlah besar. Tidak diragukan lagi, UMKM hadir karena terbukti menjadi motor penggerak kelangsungan hidup dan pertumbuhan ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Di sisi lain, usaha kecil dan menengah (UMKM) menghadapi berbagai kesulitan, antara lain terbatasnya modal kerja, kurangnya sumber daya manusia, dan kurangnya keterampilan dan keahlian teknis. (Kristina Sedyastuti, 2018).

Ketidakjelasan rencana, visi, misi, dan pandangan bisnis yang tidak jelas juga menjadi kendala yang dihadapi UMKM. Hal ini konsisten dengan fakta bahwa UMKM pada umumnya beroperasi dengan cara yang menghasilkan pendapatan atau meningkatkan pendapatan dan dicirikan oleh: Perusahaan non-ekuitas dipisahkan dari kebutuhan pribadi, merupakan milik keluarga, menggunakan teknologi yang relatif sederhana, tidak memiliki akses terhadap modal bank, dan tidak terkait dengan permodalan. UMKM merupakan bagian penting dalam sistem perekonomian nasional. Pembangunannya harus menjadi hal yang sangat penting bagi pembangunan perekonomian nasional karena dapat mengurangi permasalahan kemiskinan, memperluas

basis perekonomian dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian.

Selain itu, dalam menghadapi globalisasi dan persaingan yang ketat, UMKM harus mampu menjawab tantangan global, seperti mendorong inovasi produk dan layanan, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas wilayah pemasaran. Hal ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan pendapatannya dan bersaing dengan produk luar negeri yang semakin dominan. Munculnya ekonomi digital di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat. 49,6 persen konsumen mencari informasi produk secara online sebelum melakukan pembelian. (Debi S Fuadi, dkk.2021), memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar dan menimbulkan permasalahan bagi kelangsungan hidup mereka di era digital.

Untuk mendorong digitalisasi perekonomian, usaha mikro perlu memainkan peran penting dalam perekonomian. Terdapat 59,2 juta UMKM di Indonesia, dimana 3,79 juta atau 8 persennya sudah terdigitalisasi (Kominfo, 2017). Kemudahan tersebut belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh para pelaku UMKM, meski mereka berharap pemanfaatan teknologi dapat memudahkan setiap transaksi yang dilakukan. Dalam digitalisasi, UMKM menghadapi dua permasalahan utama. Hal ini disebabkan kurangnya bakat dan tidak memadainya akses terhadap teknologi.

Untuk mengatasi masalah ini, kita perlu mendukung dan melatih para pelaku bisnis yang ingin berubah. Memampukan UMKM di era digital memerlukan gerakan pemberdayaan. Menghubungkan operator e-commerce dan startup membutuhkan komunitas yang dapat menciptakan dampak sosial melalui aktivitas sosial dan bisnis. Hal ini akan membantu UMKM memperoleh kemandirian dan memberikan solusi terhadap permasalahan sosial yang ada (Debi S Fuadi, dkk 2021).

Dalam proses pemberdayaan, masyarakat tidak hanya menerima informasi dan keterampilan, tetapi juga belajar bekerja sama untuk memecahkan masalah dengan menyediakan platform sosial yang memungkinkan kegiatan e-commerce dan mendukung digitalisasi usaha mikro pada khususnya. Mereka memiliki pengetahuan yang terbatas dan belum memiliki akses terhadap internet atau pengetahuan tentang strategi pemasaran. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk memahami apakah teknologi digital dapat membantu UMKM meningkatkan kinerja dan daya saingnya di pasar global serta apa saja tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan teknologi digital.

LANDASAN TEORI

Definisi UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah keberhasilan kegiatan usaha perseorangan atau perusahaan yang memenuhi persyaratan usaha mikro berdasarkan ketentuan Undang-undang ini. UMKM mempunyai arti penting bagi perekonomian nasional, terutama melalui penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap produk domestik bruto. (Tambunan, 2012). UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil pembangunan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan memperkokoh ketahanan ekonomi nasional (Sarfiyah et al., 2019).

Teknologi dan UMKM

Teknologi berperan penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dapat membantu UMKM menjadi lebih efisien, produktif, dan kompetitif (Apulu & Latham, 2011). Adopsi teknologi juga membantu UMKM dalam mengakses informasi pasar, memperluas pemasaran, dan meningkatkan kualitas produk (Qosasi et al., 2019). Namun, penerapan teknologi masih menjadi

tantangan bagi banyak UMKM karena keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan infrastruktur (Rahayu & Day, 2015).

E-commerce dan UMKM

E-commerce merupakan salah satu bentuk teknologi yang dapat membantu UMKM dalam memasarkan dan menjual produk secara online. E-commerce memungkinkan UMKM memperluas kehadirannya di pasar dan meningkatkan pendapatannya (Laudon & Traver, 2017). Dengan e-commerce, UMKM dapat menjangkau pasar global dan meningkatkan visibilitas produk mereka (Savrul et al., 2014). Namun, adopsi e-commerce masih menghadapi tantangan seperti kurangnya keterampilan digital, infrastruktur yang kurang memadai, masalah keamanan, dan kurangnya kepercayaan konsumen (Rahayu & Day, 2017).

Pemberdayaan UMKM

Penguatan UMKM bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Pemberdayaan UMKM dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pelatihan keterampilan, akses terhadap modal, fasilitasi pemasaran, dan penyediaan infrastruktur pendukung (Tambunan, 2017). Dalam mendorong pemberdayaan UMKM, khususnya dalam menciptakan lingkungan yang mendukung berkembangnya UMKM, peran pemerintah dan lembaga lainnya sangat penting (Sarfiyah et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ditulis dengan menggunakan metode literatur kualitatif (literature review). Menurut (Sugiyono: 2005), penelitian kualitatif mengacu pada studi tentang sifat fenomena alam dimana peneliti merupakan alat yang penting. Data sekunder yang berasal dari artikel, jurnal akademis, dan penelitian dasar terhadap variabel yang diteliti merupakan sumber informasi utama. Kajian ini membahas tentang kesulitan yang dihadapi oleh usaha kecil, kecil dan menengah (UKM) serta peluangnya. Teknologi tersebut kini dimanfaatkan untuk memperkuat UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang dan Tantangan serta strategi Teknologi Terhadap Pemberdayaan UMKM di Indonesia

Jelas terlihat bahwa teknologi memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia jika menilai potensi teknologi dalam kemajuan UMKM. Di satu sisi, teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM Indonesia untuk meningkatkan aksesnya ke pasar global, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan efisiensi operasionalnya. UMKM didukung melalui aksi sosial dalam digitalisasi. Keberlanjutan perusahaan di era digitalisasi akan dipengaruhi oleh jumlah komunitas sosial yang lebih banyak. Oleh karena itu, program pemberdayaan menjadi strategi krusial untuk mendukung UMKM dalam digitalisasi.

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas, upaya untuk mendukung UMKM antara lain dengan mengoptimalkan pengelolaan sektor dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam desain produk, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Selain itu, komunitas sosial membantu masyarakat memasarkan produk, sehingga dapat memberikan akses pasar yang luas bagi perusahaan. Pasar ini bertujuan untuk melayani pelanggan melalui pasar digital yang terdiri dari aplikasi ponsel cerdas dan situs web, yang secara efektif mempromosikan model bisnis berkelanjutan. Misalnya, mereka mempunyai

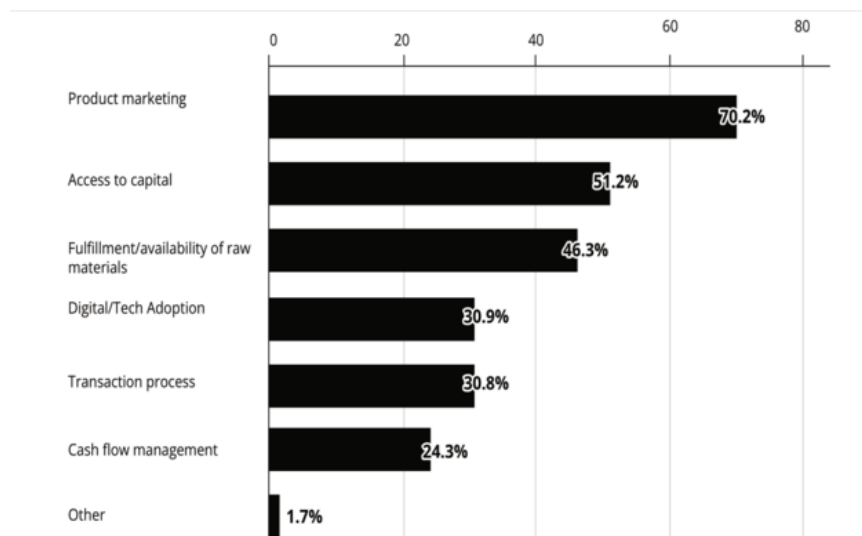
kesempatan untuk menggunakan alat digital untuk menciptakan komunitas yang menyampaikan kontribusi berbeda dari pelaku ekonomi dan konsumen untuk mencapai tujuan bersama. Untuk menciptakan model bisnis yang berkelanjutan, pasar ini dapat memanfaatkan nilai relatif yang ditawarkan pasar tersebut. Untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan ketahanan bisnis, para pelaku UMKM melakukan transformasi cara berbisnis. Dibutuhkan proses penyadaran untuk mengubah penjualan tradisional ke digital. Itu tidak selalu mudah dan para pebisnis menerima begitu saja. Tahap sosialisasi dan pemberdayaan diperlukan kerjasama dengan PT Telekomunikasi Indonesia. Pengusaha menggunakan berbagai platform media sosial termasuk Facebook, Instagram, Twitter, Bukalapak, WhatsApp dan lain-lain. Internet diperkirakan akan meningkat dua kali lipat dalam tiga tahun ke depan. Pertumbuhan industri digital diperkirakan akan sedikit menurun menjadi kurang dari 10% setelahnya karena landasan yang kuat. Namun pertumbuhannya akan tetap melebihi pertumbuhan ekonomi nasional.

Meski tumbuh pesat, industri digital dalam negeri masih mengalami kesulitan. Kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang memadai untuk berpartisipasi dalam industri digital menjadi faktor tantangan. Sistem pendidikan kita tidak mampu menghasilkan siswa yang siap berkarir, dan ini merupakan masalah klasik. Karena kita harus mendidik mereka dari awal, kita tidak bisa bertindak cepat. Untuk memastikan bahwa perkembangan ini tetap positif di bidang perdagangan elektronik, diperlukan peraturan yang tepat dan cepat. Indonesia masih sangat besar dan terus meningkat setiap tahunnya. E-commerce bukan sekedar penjualan barang dan jasa secara online. Namun sektor lain juga terhubung dengannya. Penyedia jasa telekomunikasi, produsen perangkat pintar, penyedia jasa logistik atau pengiriman, dll. Untuk itu perlu adanya pemantauan dan pengaturan secara cepat terhadap industri jasa, e-commerce, dan sistem logistik yang mengandalkan teknologi digital. Kemungkinan e-commerce di masa depan akan semakin besar seiring dengan semakin meningkatnya tren belanja online dan dapat diakses dari mana saja. (Sri Maulida & Ahmad Yunani, 2017).

Di satu sisi, teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM Indonesia untuk meningkatkan akses mereka terhadap pasar global, meningkatkan pendapatan dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, kesulitan lain juga perlu diperhitungkan, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, rendahnya keterampilan teknis, dan terbatasnya akses terhadap modal. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Indonesia dan adopsi e-commerce. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas sumber daya manusia, keterampilan teknis dan akses terhadap modal. Analisis tersebut juga menunjukkan bahwa baru sekitar 13% UMKM Indonesia yang sudah go digital. Artinya masih banyak peluang yang belum dimanfaatkan.

Pemerintah dan organisasi terkait harus fokus pada pengembangan infrastruktur bisnis, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan peningkatan akses permodalan untuk mendorong penguatan UMKM Indonesia. Pemerintah juga perlu mendukung UMKM melalui program pembangunan seperti program pengembangan teknologi dan program peningkatan kualitas sumber daya manusia. Secara keseluruhan, menelaah kesulitan teknologi dalam memajukan UMKM di Indonesia menyoroti bahwa teknologi mempunyai peran penting dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM. Namun, kesulitan lain juga perlu diperhitungkan, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, rendahnya keterampilan teknis, dan terbatasnya akses terhadap modal. Oleh karena itu, guna meningkatkan daya saing UMKM Indonesia, pemerintah dan lembaga

terkait perlu fokus pada pengembangan infrastruktur usaha, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan peningkatan akses permodalan.



Sumber: MSME Empowerment Report 2022 (halaman 20)

Informasi tersebut menunjukkan bahwa rata-rata 70,2% pemilik UMKM menghadapi kesulitan dalam memasarkan produknya. Tantangan lainnya adalah akses permodalan (51,2%), pasokan bahan baku (46,3%) dan penerapan teknologi digital (30,9%). Pemasaran produk adalah tantangan pertama. Untuk bersaing, UMKM perlu membangun persepsi merek yang kuat. Keterbatasan sumber daya keuangan juga mempersulit pengalokasian dana untuk kegiatan pemasaran. Kedua: kesulitan keuangan. Berdasarkan studi terbaru Bank Indonesia (Laporan Pemberdayaan UMKM 2022, hal. 23), 69,5% UMKM tidak bisa mendapatkan pinjaman. Rendahnya literasi keuangan para peminjam atau UMKM menyebabkan kesulitan ini. Terdapat berbagai tantangan bagi peminjam (bank dan perusahaan pembiayaan) untuk memenuhi persyaratan UMKM.

Selain itu, dokumentasi rinci sering kali kurang untuk transaksi manual, sehingga laporan keuangan tidak lengkap. Laporan akuntansi yang terorganisir justru membantu pemilik usaha memanfaatkan layanan keuangan yang lebih luas, seperti pengajuan Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Digitalisasi menghadirkan tantangan berikutnya bagi UMKM: Pertama, kurangnya infrastruktur digital yang andal. Menurut Databox Katadata, Indonesia menempati urutan kedua dengan jumlah penduduk 40,9% di Asia Tenggara. Meskipun kepadatan penduduk Indonesia tinggi, banyak daerah pedesaan atau terpencil yang tidak memiliki akses internet.

Hal ini menyulitkan UMKM untuk memperkenalkan teknologi digital seperti e-commerce dan pemasaran online di wilayahnya. Mereka tidak hanya kesulitan terhubung ke internet, tetapi mereka juga kekurangan perangkat keras yang dapat diandalkan untuk menggunakan perangkat digital seperti laptop atau ponsel. Untuk berinvestasi di bidang teknologi dan infrastruktur digital, tantangan selanjutnya bagi pemilik UMKM adalah menghimpun dana usaha dari perbankan. International Finance Corporation menemukan bahwa kurangnya pendanaan berdampak buruk pada digitalisasi usaha mikro di negara-negara berkembang. Data menunjukkan bahwa sekitar 60 persen usaha kecil dan

menengah di negara-negara berkembang kekurangan kredit formal, sehingga menyulitkan mereka untuk menginvestasikan uang dalam teknologi digital. (MSME Empowerment Report 2022, halaman 24)

Keamanan adalah penghalang utama adopsi teknologi digital. Setiap UMKM membutuhkan keahlian atau anggaran untuk menerapkan protokol keamanan guna melindungi aset digitalnya. Sebab, 44 persen serangan siber menasar usaha kecil. (MSME Empowerment Report 2022, halaman 25).

KESIMPULAN

Teknologi ternyata berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Di sisi lain, teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM Indonesia untuk meningkatkan akses mereka ke pasar global, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Di satu sisi, teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM Indonesia untuk meningkatkan aksesnya ke pasar global, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan efisiensi operasionalnya. Namun, kesulitan-kesulitan lain juga perlu dipertimbangkan, seperti kualitas sumber daya manusia yang tidak memadai, keterampilan teknis yang tidak memadai, dan akses terhadap modal yang tidak memadai. Untuk meningkatkan daya saing UMKM Indonesia, pemerintah dan organisasi terkait harus fokus pada pengembangan infrastruktur usaha, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan peningkatan akses permodalan. Pemerintah juga perlu meningkatkan dukungan terhadap UMKM melalui program pengembangan keterampilan dan sumber daya manusia.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Apulu, I., & Latham, A. (2011). Drivers for Information and Communication Technology Adoption: A Case Study of Nigerian Small and Medium Sized Enterprises. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 51-60.
- [2] Aulia, Firda Nur Miftitah & Mashudi. 2023. Peluang Bisnis Bagi UMKM Di Era Digital (Studi Kasus Pada UMKM Sheo Sweet Di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-commerce*. Vol. 2 No. 1 maret 2023
- [3] Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017, January). The role of Small and Medium Scale Enterprise in local economic development (LED). *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2), 133-139.
- [4] Bungin, Burhan. 2017. "Metodologi Penelitian Kualitatif.". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [5] Fattah, Abdul Nasution. Metode Penelitian Kualitatif. Medan: CV. Harfa Creative.
- [6] Lathifah dan Noorman (2018). Analisis Peluang dan Tantangan pada Paguyuban Cahaya Terang sebagai UMKM Pengrajin.
- [7] Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce 2017: Business, Technology, Society* (13th ed.). Pearson Education.
- [8] Maulida, Sri & Ahmad Yunani. 2017. Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*. Vol. 2 No. 1 Desember 2017.
- [9] Qosasi, A., Permana, E., Muftiandi, A., & Ambari, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Jawa Barat.

- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 1-10.
- [10] Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142-150.
- [11] Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41.
- [12] Ridwan, Iwan Zaelani. 2019. Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders Vol.3 No. 1 (Desember 2019)*
- [13] S, Debi Fuadi, Ade Sadikin Akhyadi, Iip Saripah. 2021. Tinjauan Sistematis: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Jurnal DIKLUS Vol. 5 No. 1, Maret 2021-1*
- [14] Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Pangan Tradisional sebagai Penggerak Ekonomi Perdesaan. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 1-8.
- [15] Savrul, M., Incekara, A., & Sener, S. (2014). The Potential of E-commerce for SMEs in a Globalizing Business Environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 35-45.
- [16] Sedyastuti, Kristina. 2018. Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *Jurnal INOBIS Vol. 2 No. 1 Desember 2018*
- [17] Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- [18] Suryana, Dayat. 2012. *Mengenal Teknologi*. Bandung
- [19] Susilowati, Heni, Ratnaningrum, Myra Andriana, M.Kom Titin Hargyatni, Erlinda Sholihah. 2022. *Kinerja Bisnis Umkm Di Era Digital*. Sukoharjo: Eureka Media Aksara.
- [20] Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.
- [21] Tambunan, T. (2017). *Pemberdayaan UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.
- [22] Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- [23] Zaelani, Iwan Ridwan (2019). *Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia - Penelitian kualitatif Studi dokumen dan studi pustaka*.