

Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital

Fransiska Fitrya Maimuna*¹, Nur Alda Fanny Roroa², Misrah³, Oktavianty⁴, Alamsyah Agit⁵

^{1,2,3,4}Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia

⁵Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

e-mail: fransiskasupriyadi95@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menghambat dan mendorong transformasi digital dalam kewirausahaan, khususnya pada sektor UMKM di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur, menganalisis 43 paper yang relevan dari total 5.994 penelitian yang ditemukan melalui *Google Scholar* dan *Semantic Scholar*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penghambat utama dalam transformasi digital UMKM mencakup rendahnya literasi digital, infrastruktur digital yang belum merata, serta regulasi yang kompleks. Selain itu, keterbatasan modal dan persepsi risiko terhadap teknologi digital juga menjadi kendala signifikan, terutama bagi UMKM yang berada di daerah pedesaan. Di sisi lain, faktor pendorong yang diidentifikasi meliputi berkembangnya *platform e-commerce*, media sosial, dan *fintech*, yang membuka peluang besar bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya literasi digital dalam keberhasilan transformasi digital. UMKM yang memiliki keterampilan digital lebih siap untuk mengadopsi teknologi baru dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital. Namun, penelitian juga menemukan adanya kesenjangan digital yang signifikan antara UMKM di wilayah perkotaan dan pedesaan, yang disebabkan oleh perbedaan akses terhadap infrastruktur dan pendidikan digital. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan peningkatan akses pelatihan digital, dukungan finansial, reformasi kebijakan, serta pendampingan berkelanjutan untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM.

Kata Kunci: Bisnis, Digital, Kewirausahaan, Teknologi, Transformasi

Abstract

This study aims to analyze the factors that inhibit and encourage digital transformation in entrepreneurship, especially in the MSMEs in Indonesia. This study uses a qualitative method with a literature study approach, analyzing 43 relevant papers from 5,994 studies found through Google Scholar and Semantic Scholar. The study results indicate that the main inhibiting factors in the digital transformation of MSMEs include low digital literacy, uneven digital infrastructure, and complex regulations. In addition, limited capital and risk perceptions towards digital technology are also significant obstacles, especially for MSMEs in rural areas. On the other hand, the identified driving factors include the development of e-commerce platforms, social media, and fintech, which open up great opportunities for MSMEs to access broader markets and improve operational efficiency. This study also highlights the importance of digital literacy in the success of digital transformation. MSMEs with digital skills are better prepared to adopt new technologies and take advantage of opportunities in the digital market. However, the study also found a significant digital divide between MSMEs in urban and rural areas caused by differences in access to digital infrastructure and education. Therefore, this study recommends increasing access to digital training, financial support, policy reform, and ongoing mentoring to accelerate digital transformation in the MSMEs.

Keywords: Business, Digital, Entrepreneurs, Technology, Transformation

1. PENDAHULUAN

Rendahnya literasi digital dikalangan pelaku usaha khususnya pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah faktor internal yang diduga seringkali menghambat perkembangan kewirausahaan di era digital[1]. Banyak wirausahawan tradisional yang masih terbiasa dengan metode bisnis konvensional dan belum sepenuhnya memahami teknologi digital serta alat-alat yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Masalah yang kini dihadapi adalah kurangnya literasi yang hanya terbatas pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, pengelolaan data pelanggan, serta keamanan siber. Kondisi ini tentu berakibat pada kemampuan daya saing usaha, terutama mereka yang belum menggunakan teknologi digital secara efektif.

Kendala lain berupa infrastruktur yang belum merata dinilai sebagai hambatan eksternal untuk perkembangan kewirausahaan digital yang kini masih dihadapi. Indonesia berupaya untuk mengatasi masalah ini dengan adanya inisiatif seperti program 100 *Smart City* dan proyek *Palapa Ring* untuk memperluas akses internet. Namun pada kenyataannya sulitnya akses internet yang cepat dan stabil masih kerap kali dihadapi oleh banyak daerah di Indonesia[2]. Keterbatasan akses internet yang memadai menghalangi pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan bersaing secara adil dengan UMKM lainnya, hal ini terjadi di daerah pedesaan, memberikan ketimpangan kemampuan bersaing dengan UMKM pada wilayah perkotaan yang memiliki akses internet, dan pelatihan yang lebih mudah[3].

Kendala lainnya tercermin dari regulasi yang belum sepenuhnya mendukung pengembangan kewirausahaan digital, seperti pajak *e-commerce* dan prosedur birokrasi yang rumit, menyebabkan adaptabilitas wirausaha dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi lebih lambat[4]. Hambatan seperti ini dapat dihadapi dengan adanya kolaborasi yang baik antara pemerintah dan sektor swasta. Pemerintah telah mencoba memperkenalkan berbagai program peningkatan literasi digital dan pengembangan infrastruktur melalui berbagai program seperti "*Digital Talent Scholarship*" dan "*Gerakan Nasional 1000 Startup Digital*" untuk mendukung transformasi ekonomi digital[5]. Meskipun

demikian, keterlibatan sektor swasta dalam menyediakan pelatihan dan pendampingan bagi wirausahawan masih sangat terbatas terutama di wilayah terpencil, sehingga untuk mengatasi masalah ini, kerjasama sektor swasta dalam penyediaan teknologi untuk pelaku UMKM dinilai sebagai langkah yang dapat mempercepat transformasi digital UMKM.

Literasi digital merupakan keterampilan dasar yang diperlukan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi secara efektif dalam dunia usaha. Rendahnya tingkat literasi digital di kalangan wirausahawan, khususnya UMKM, sering kali menjadi penghambat utama dalam proses transformasi digital[6]. Ketidakmampuan memahami alat-alat digital seperti perangkat lunak manajemen bisnis, pemasaran digital, hingga *platform e-commerce* mengakibatkan pelaku usaha sulit untuk beradaptasi dengan cepat dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis di era digital[7]. Kurangnya keterampilan ini membuat pelaku usaha tidak mampu memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas melalui internet.

Kesenjangan literasi digital di kalangan wirausahawan juga berpengaruh langsung pada produktivitas dan efisiensi bisnis UMKM, sehingga tidak jarang pertumbuhan bisnis pada beberapa UMKM jauh tertinggal dibandingkan dengan yang telah mengadopsi teknologi digital lebih awal[8]. digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 30% dengan mengurangi waktu operasional dan meningkatkan akses ke informasi pasar. Namun, tanpa pemahaman yang memadai tentang penggunaan teknologi ini, banyak pelaku UMKM justru menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan sistem digital secara efektif[9]. Kesulitan dalam memahami analitik data, strategi pemasaran online, atau sekadar menggunakan media sosial sebagai sarana promosi menjadi penghambat utama yang memperlambat transformasi digital.

Percepatan transformasi digital UMKM, diperlukan upaya edukasi dan pelatihan literasi digital yang lebih masif dan terstruktur. Program-program yang digagas oleh pemerintah, seperti "*UMKM Go Digital*" yang diluncurkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, bertujuan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku usaha. Program ini menawarkan pelatihan tentang penggunaan *platform e-commerce*, pemasaran digital,

hingga manajemen keuangan berbasis teknologi[10]. Namun, meskipun program seperti ini dijalankan dengan konsisten, keterlambatan dalam adopsi teknologi merupakan sesuatu yang masih terjadi dikarenakan keterbatasan sumber daya dan akses terhadap pendidikan dan pelatihan yang berkualitas[11]. Oleh karena itu, diperlukan dukungan lebih lanjut dari sektor swasta dan akademisi dalam memberikan pelatihan yang berkelanjutan dan mudah diakses oleh seluruh wirausahawan di berbagai wilayah Indonesia.

Teknologi digital, khususnya *platform e-commerce* dan media sosial, telah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia. Dengan adanya *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik[12]. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil, untuk memasarkan produk mereka ke seluruh negeri, bahkan hingga pasar internasional. Selain itu, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi alat pemasaran yang efektif, memungkinkan wirausahawan untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih spesifik dan tersegmentasi[13]. Hal ini menunjukkan bahwa peran *platform* digital sangatlah potensial apabila dapat dimanfaatkan dengan baik.

Financial Technology atau *FinTech* juga dikenal sebagai salah satu teknologi yang berkontribusi dalam perkembangan kewirausahaan di era digital bersama dengan *e-commerce* dan media sosial. *Platform FinTech* seperti OVO, GoPay, dan Dana telah mempermudah pelaku UMKM dalam mengelola transaksi pembayaran secara digital, meningkatkan efisiensi dan keamanan dalam operasional bisnis. Tidak hanya itu, *FinTech* juga menawarkan solusi pembiayaan yang inovatif bagi UMKM yang kesulitan mendapatkan akses modal dari perbankan konvensional[14]. *FinTech* juga berperan dalam mempercepat inklusi keuangan, dengan membantu UMKM yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan formal untuk dapat terlibat dalam ekosistem ekonomi digital.

Kombinasi dari teknologi *e-commerce*, media sosial, dan *FinTech* telah menciptakan

ekosistem yang lebih inklusif dan efisien bagi pelaku usaha di Indonesia. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan akses pasar dan modal, tetapi juga membantu wirausahawan meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka di era digital. Potensi yang dimiliki teknologi ini dapat meningkatkan pendapatan hingga 3 kali lipat dibandingkan mereka yang masih bergantung pada metode bisnis tradisional[15]. Namun, meskipun teknologi ini menawarkan berbagai peluang, tantangan seperti rendahnya literasi digital dan infrastruktur yang tidak merata masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan sektor swasta untuk terus bekerja sama dalam memberikan akses dan pelatihan yang lebih luas bagi para wirausahawan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi ini secara optimal.

Adaptasi kewirausahaan dalam penggunaan teknologi digital menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Bagi banyak wirausahawan, terutama di kalangan UMKM, teknologi digital masih dianggap sebagai hal yang kompleks dan membutuhkan investasi besar. Tidak semua pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik tentang cara kerja teknologi digital. Banyak wirausahawan yang merasa terbebani dengan biaya awal untuk mengadopsi teknologi seperti *e-commerce*, sistem manajemen pelanggan, atau perangkat lunak analitik, terutama di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu[16]. Keterbatasan keterampilan dalam menggunakan teknologi tersebut membuat banyak pelaku usaha merasa ragu untuk berinvestasi lebih jauh. Kurangnya pengetahuan dan pelatihan yang memadai memperlambat proses adaptasi dan, pada akhirnya, mengurangi daya saing mereka di pasar yang semakin didorong oleh teknologi.

Tantangan lain yang dinilai sebagai tantangan yang signifikan adalah infrastruktur digital yang belum merata, terutama di wilayah pedesaan. Akses internet yang lambat dan biaya koneksi yang tinggi menjadi hambatan besar bagi wirausahawan di daerah terpencil untuk memanfaatkan teknologi digital sepenuhnya. Keterbatasan akses internet kerap kali menjadi faktor yang mengakibatkan kesenjangan digital yang semakin melebar antara wirausaha di kota dan daerah terpencil, perbedaan kualitas

koneksi menjadi faktor yang membedakan daya saing mereka secara signifikan[17]. Konektivitas yang terbatas juga mempengaruhi kemampuan pelaku usaha untuk terhubung dengan pelanggan secara *online*, mengelola transaksi digital, atau memanfaatkan *platform e-commerce* dan media sosial.

Wirausahawan juga menghadapi tantangan dalam hal regulasi yang kerap tidak sinkron dengan perkembangan teknologi. Peraturan yang tidak fleksibel, khususnya terkait perpajakan, perlindungan data, dan perizinan usaha digital, sering kali menghambat adopsi teknologi di kalangan UMKM[18]. Proses administrasi yang cenderung lebih rumit dianggap memberatkan para pemilik UMKM terutama karena kurangnya sosialisasi, dengan demikian reformasi kebijakan dan peningkatan dukungan pemerintah dalam menyediakan akses terhadap teknologi dan pelatihan digital menjadi sangat penting untuk membantu wirausahawan mengatasi tantangan ini.

Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM) wirausahawan menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan transformasi digital pada UMKM. Di era digital, kemampuan SDM untuk memahami dan menggunakan teknologi baru sangat mempengaruhi efektivitas adopsi teknologi dalam operasional bisnis. Banyak wirausahawan yang belum terbiasa menggunakan alat-alat digital seperti sistem manajemen pelanggan (CRM), perangkat lunak akuntansi berbasis *cloud*, atau *platform* analitik data, yang sebetulnya bisa meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha[19]. Minimnya keterampilan digital ini sering kali menyebabkan ketergantungan pada metode bisnis konvensional dan menghambat upaya transformasi digital. Tanpa penguasaan keterampilan ini, pelaku UMKM cenderung menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis mereka, sehingga daya saing mereka di pasar digital global menjadi rendah.

Faktor lain yang mempengaruhi kesiapan SDM dalam adopsi teknologi digital adalah kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendidikan digital yang berkualitas. Kesulitan untuk memperoleh pendidikan dan pelatihan yang diperlukan untuk membantu dalam pengembangan keterampilan digital yang diperlukan pemilik UMKM seringkali menjadi masalah umum yang dihadapi[20]. mengakibatkan kesenjangan digital yang

semakin melebar antara pelaku usaha yang sudah mengadopsi teknologi dengan mereka yang belum. Sementara itu, pelatihan yang tersedia sering kali tidak terjangkau secara finansial atau kurang relevan dengan kebutuhan spesifik UMKM. Akibatnya, banyak wirausahawan yang merasa tidak siap atau bahkan enggan untuk beralih ke teknologi digital, yang pada akhirnya menghambat transformasi digital secara keseluruhan.

Percepatan transformasi digital pada UMKM, investasi dalam pengembangan keterampilan digital atau literasi digital bagi SDM menjadi suatu keharusan. Pemerintah dan sektor swasta perlu bekerja sama dalam membangun program pelatihan yang lebih terjangkau dan memfasilitas pembangunan infrastruktur digital yang mengarah pada pemberdayaan usaha dan pengembangan kewirausahaan digital. Penelitian ini berfokus pada analisis terhadap faktor penghambat dan pendorong, apabila penelitian-penelitian sebelumnya berfokus pada transformasi digital, penelitian ini mengkaji faktor-faktor potensial yang dapat menghambat dan mempercepat transformasi digital atau pengembangan kewirausahaan digital. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis faktor yang berpotensi untuk menjadi pendorong transformasi digital dan mendeteksi bentuk dan gambaran kesenjangan digital yang terjadi selama ini.

Penelitian ini bertujuan untuk fokus pada analisis terhadap faktor-faktor yang dapat menghambat dan mendorong transformasi digital, selanjutnya analisis terhadap faktor-faktor potensial yang dinilai sebagai kunci transformasi digital juga menjadi bagian dari analisis pada penelitian ini. Penelitian ini kemudian akan menelusuri bentuk atau gambaran mengenai kesenjangan digital yang terjadi selama ini, dan mengapa kendala tersebut menghambat terjadinya transformasi digital yang harus telah berhasil terlaksana setidaknya 50% dari keseluruhan populasi UMKM yang ada di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berfokus pada analisis terhadap faktor penghambat, pendorong, dan faktor kunci transformasi digital. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis dan memberikan gambaran mengenai kesenjangan digital yang terjadi selama ini. Untuk mencapai tujuan dari

penelitian ini digunakan pendekatan studi literatur dengan menganalisis berbagai informasi relevan pada penelitian dan data yang bersifat empiris. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dan penelitian yang berupa *research* dan *review paper* yang berasal dari berbagai *database* jurnal ilmiah seperti *google scholar* dan *semantic scholar*, penelitian yang dipilih merupakan penelitian yang diterbitkan selama 10 tahun terakhir dan membahas mengenai kewirausahaan atau bisnis digital. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian ini ada beberapa meliputi (1) Kewirausahaan; (2) Bisnis digital; (3) UMKM; (4) Literasi digital; dan (5) Transformasi digital.

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini kemudian diolah dengan menggunakan metode berpikir deduktif atau *deductive reasoning* yang berfungsi untuk ekstraksi terhadap data dan informasi yang benar-benar relevan dalam penelitian ini, metode ini sangat tepat untuk menghindari pembahasan penelitian yang menyimpang dari tujuan utama penelitian ini. Setelah melaksanakan penelusuran menggunakan inklusi diatas ditemukan hasil sebanyak 5.670 hasil pada *google scholar*, dan 324 pada *semantic scholar*, setelah filtrasi lebih lanjut maka referensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 47 referensi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melaksanakan penelitian ini ditemukan hasil yang menyatakan beberapa hal terkait dengan apa yang menjadi tujuan penelitian ini. Hasil penelitian ini akan dijabarkan dalam beberapa bagian untuk membatasi pembahasan yang terlalu melebar dan berpotensi untuk menyimpang dari fokus pembahasan pokok dalam penelitian. Beberapa hasil yang menjadi temua penelitian ini meliputi (1) Identifikasi terhadap faktor penghambat dan pendorong transformasi digital kewirausahaan; (2) Peran literasi digital dalam pengembangan kewirausahaan di era digital; dan (3) Kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.

3.1 Identifikasi Faktor Penghambat dan Pendorong Transformasi Kewirausahaan Digital

Transformasi digital kewirausahaan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, baik

internal maupun eksternal. Salah satu faktor penghambat utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan wirausahawan, khususnya di sektor UMKM. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnis sehari-hari[21]. Literasi digital yang rendah mengakibatkan UMKM tidak bisa memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital, seperti *e-commerce* dan media sosial. Selain itu, infrastruktur digital yang tidak merata juga menjadi hambatan signifikan dalam transformasi digital.

Sulitnya memperoleh akses internet yang cepat dan stabil masih menjadi masalah umum di beberapa wilayah, terutama wilayah pedesaan. Hal ini menjadi kendala besar bagi UMKM yang berada di luar perkotaan karena konektivitas yang buruk membatasi kemampuan mereka untuk mengakses pasar online, berpartisipasi dalam pelatihan digital, atau memanfaatkan teknologi finansial[22]. Keterbatasan infrastruktur ini menciptakan kesenjangan digital antara UMKM yang berada di wilayah perkotaan dan pedesaan, yang memperlebar ketimpangan ekonomi digital di Indonesia.

Faktor pendorong yang dapat mempercepat transformasi digital dalam kewirausahaan mencakup berkembangnya platform *e-commerce* dan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Platform-platform ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya operasional yang relatif rendah[23]. Pemanfaatan teknologi untuk melakukan promosi umumnya dilakukan pada media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok juga semakin populer sebagai alat pemasaran, memungkinkan wirausahawan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan bisnis mereka.

FinTech juga menjadi pendorong penting dalam transformasi digital kewirausahaan. Akses terhadap layanan finansial yang lebih mudah melalui platform *FinTech* telah membantu banyak UMKM dalam mengelola arus kas, menerima pembayaran digital, dan mendapatkan akses modal yang lebih cepat[24]. Inovasi *FinTech* ini memberikan solusi bagi wirausahawan yang sebelumnya kesulitan mendapatkan pinjaman dari bank konvensional. Namun, meskipun

teknologi digital memberikan banyak peluang, ada juga risiko yang perlu diperhatikan. Salah satu risiko utama adalah kurangnya perlindungan data dan keamanan siber[25]. Banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami pentingnya melindungi data pelanggan dan informasi bisnis mereka dari serangan siber.

Kebijakan pemerintah juga berperan besar dalam menentukan keberhasilan transformasi digital kewirausahaan[26]. Dari sekian banyaknya regulasi yang dinilai menunjang pembangunan usaha di era digital, terdapat pula yang dianggap memperlambat pembangunan usaha. Proses perizinan yang rumit dan regulasi perpajakan yang tidak sepenuhnya mendukung *e-commerce* masih menjadi kendala bagi banyak pelaku usaha[27]. Regulasi yang lebih fleksibel dan mendukung inovasi digital akan sangat diperlukan untuk mempercepat transformasi ini.

Kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta menjadi elemen penting lainnya dalam mendukung transformasi digital[28]. Kolaborasi ini membantu mempercepat transfer pengetahuan dan teknologi kepada pelaku usaha, terutama dalam hal pemasaran digital dan manajemen bisnis berbasis teknologi. Namun, tantangan terbesar adalah memastikan bahwa pelatihan ini dapat diakses oleh UMKM di seluruh wilayah Indonesia, bukan hanya di kota-kota besar[29]. Organisasi masyarakat dan komunitas lokal juga memiliki potensi besar dalam mendorong transformasi digital di wilayah pedesaan dan daerah-daerah terpencil lainnya.

Beberapa komunitas telah mulai memberikan pelatihan keterampilan digital kepada anggota UMKM di daerah mereka, menciptakan ekosistem lokal yang mendukung inovasi dan adopsi teknologi. Dengan kolaborasi yang lebih luas di antara berbagai pihak, transformasi digital kewirausahaan dapat menjadi lebih inklusif dan menjangkau lebih banyak pelaku usaha[30]. Secara keseluruhan, transformasi digital kewirausahaan di Indonesia dipengaruhi oleh kombinasi faktor penghambat dan pendorong[31]. Rendahnya literasi digital, infrastruktur yang tidak merata, dan regulasi yang belum mendukung menjadi tantangan utama, sementara perkembangan platform digital dan inovasi *FinTech* memberikan

peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh di era digital.

3.2 Peran Literasi Digital dalam Pengembangan Kewirausahaan di Era Digital

Literasi digital telah menjadi salah satu faktor kunci dalam pengembangan kewirausahaan di era digital. Kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk lebih efektif mengelola bisnis mereka, menjangkau pasar baru, dan meningkatkan efisiensi operasional[32]. Literasi digital tidak hanya terbatas pada penggunaan perangkat lunak atau aplikasi, tetapi juga mencakup pemahaman tentang strategi pemasaran digital, analitik data, dan keamanan siber. Literasi digital yang baik memungkinkan wirausahawan untuk mengidentifikasi peluang pasar yang lebih luas dan lebih efektif dalam menjalankan strategi bisnis berbasis teknologi[33]. Dengan kemampuan untuk memanfaatkan platform digital, seperti *e-commerce* dan media sosial, UMKM dapat menjangkau konsumen baru yang sebelumnya tidak terjangkau dengan metode bisnis konvensional.

Masalah yang kerap kali dihadapi adalah literasi digital yang masih sangat rendah dikalangan pelaku UMKM. Ketidakmampuan dalam memahami dan mengaplikasikan teknologi digital ini membuat UMKM tertinggal dibandingkan dengan pelaku usaha di negara lain[34]. Minimnya pemahaman tentang teknologi seperti analitik data, manajemen media sosial, dan pemasaran digital menyebabkan banyak pelaku usaha melewatkan peluang besar yang ditawarkan oleh era digital. Tingkat literasi digital yang rendah ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya akses terhadap pelatihan yang berkualitas, ketidakmampuan finansial untuk berinvestasi dalam teknologi, dan ketidaktahuan tentang potensi manfaat yang dapat diberikan oleh transformasi digital[35]. Banyak pelaku UMKM yang menganggap bahwa investasi dalam teknologi digital tidak relevan atau terlalu mahal untuk bisnis mereka.

Literasi digital yang tinggi juga berperan dalam menciptakan wirausahawan yang lebih inovatif. Kemampuan untuk memahami tren digital dan menerapkannya dalam bisnis memberikan keunggulan

kompetitif bagi wirausahawan[36]. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengurangi kesalahan pembukuan, memantau arus kas secara *real-time*, dan membuat keputusan bisnis yang lebih cepat dan tepat berdasarkan data yang tersedia. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya berpengaruh pada aspek pemasaran, tetapi juga pada seluruh operasional bisnis[37]. Dalam jangka panjang, peningkatan literasi digital di kalangan UMKM akan membantu menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan berdaya saing. Literasi digital yang kuat memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan tren pasar, yang pada akhirnya akan memperkuat ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan.

3.3 Kesiapan UMKM dalam Mengadopsi Teknologi Digital

Kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sangat bervariasi di Indonesia, tergantung pada faktor-faktor seperti lokasi, skala usaha, dan tingkat literasi digital pemilik usaha. UMKM di wilayah perkotaan cenderung lebih siap dalam mengadopsi teknologi dibandingkan dengan UMKM di daerah pedesaan, di mana akses terhadap internet dan infrastruktur digital masih terbatas[38]. Selain itu, skala usaha juga memainkan peran penting dalam kesiapan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital. UMKM yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih baik untuk berinvestasi dalam teknologi, seperti *e-commerce*, *software* manajemen keuangan, atau pemasaran digital[39]. Sebaliknya, UMKM yang lebih kecil sering kali kekurangan modal dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan transformasi digital.

Kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital juga sangat dipengaruhi oleh faktor pendidikan dan keterampilan pemilik usaha. Pemilik UMKM yang memiliki tingkat pendidikan dan literasi digital yang lebih tinggi cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi baru dalam bisnis mereka[40]. Meskipun ada banyak tantangan dalam mengadopsi teknologi, UMKM yang berhasil melakukan transformasi digital dapat meraih keuntungan yang signifikan[41]. Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan

menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Salah satu faktor yang menjadi penghambat kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital adalah persepsi risiko yang tinggi terhadap teknologi baru. Banyak pemilik UMKM yang masih merasa ragu untuk berinvestasi dalam teknologi digital karena khawatir akan gagal dalam implementasi atau karena menganggap biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan hasil yang diperoleh[42]. Hal ini menunjukkan bahwa literasi tentang manfaat dan risiko teknologi digital perlu terus ditingkatkan untuk mendorong lebih banyak UMKM dalam mengadopsi teknologi. Selain itu, ketidakmampuan finansial juga menjadi penghalang utama dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM. Bagi banyak pelaku UMKM, terutama yang berada pada skala mikro dan kecil, keterbatasan modal menjadi kendala besar untuk mengakses teknologi yang diperlukan[43]. Platform *e-commerce* dan pemasaran digital memang menawarkan banyak peluang, namun biaya untuk mempekerjakan tenaga ahli, membeli perangkat lunak, atau bahkan sekadar meningkatkan infrastruktur internet sering kali terlalu besar bagi UMKM.

Meskipun tantangan finansial dan persepsi risiko cukup dominan, ada juga peluang besar bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dengan bantuan dari pemerintah dan sektor swasta. Banyak perusahaan teknologi besar telah meluncurkan program khusus untuk membantu UMKM memulai transformasi digital mereka[44]. Di sisi lain, kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital juga sangat bergantung pada ekosistem digital yang mendukung. Dalam ekosistem yang mendukung, UMKM lebih mudah mendapatkan akses ke informasi, pelatihan, dan jaringan bisnis yang dapat mempercepat adopsi teknologi digital[45]. Ekosistem ini mencakup infrastruktur internet yang memadai, program pelatihan keterampilan digital, serta dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dalam hal regulasi dan akses modal.

Selain infrastruktur dan ekosistem, peran komunitas juga penting dalam mendorong kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi. Beberapa komunitas

bisnis telah aktif dalam memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM untuk mengembangkan keterampilan digital. Misalnya, komunitas-komunitas startup di berbagai kota besar di Indonesia telah menjadi wadah bagi wirausahawan untuk belajar tentang strategi digital dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan bisnis mereka[46]. Namun, meskipun banyak inisiatif yang dilakukan untuk mendorong kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, ada kebutuhan untuk program-program yang lebih berkelanjutan dan inklusif. Program pelatihan digital sering kali hanya berlangsung dalam waktu singkat dan tidak memberikan pendampingan jangka panjang[47].

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi transformasi digital di sektor kewirausahaan, khususnya UMKM di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor penghambat yang signifikan, seperti rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, infrastruktur digital yang belum merata, dan regulasi yang kompleks yang memperlambat proses digitalisasi. Selain itu, persepsi risiko terhadap teknologi baru dan keterbatasan modal juga menjadi kendala besar, terutama bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan dan berskala kecil. Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan bahwa teknologi digital, seperti platform e-commerce, media sosial, dan fintech, menjadi faktor pendorong utama yang memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendapatkan akses modal yang lebih fleksibel. Literasi digital berperan penting dalam menentukan keberhasilan transformasi ini, di mana UMKM yang lebih melek teknologi dapat lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan pasar dan memanfaatkan peluang digital secara optimal.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, pemerintah dan sektor swasta perlu memperluas akses terhadap pelatihan digital, khususnya di wilayah-wilayah yang belum terjangkau oleh infrastruktur digital yang memadai. Pelatihan ini juga harus diikuti dengan pendampingan jangka panjang agar

keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara efektif dalam operasional bisnis. Kedua, dukungan finansial perlu diperkuat, baik melalui kebijakan pemerintah yang mendukung akses modal, maupun inovasi dari sektor *fintech* yang dapat menawarkan solusi pembiayaan yang fleksibel dan terjangkau. Reformasi kebijakan juga diperlukan untuk menyederhanakan regulasi yang terkait dengan bisnis digital, sehingga lebih banyak UMKM yang dapat berpartisipasi dalam ekonomi digital tanpa terkendala oleh regulasi yang rumit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. M. Zuhra *et al.*, "Pemberdayaan Masyarakat melalui Literasi Digital Kreatif, Pendidikan Berkarakter, dan Pemberdayaan Komunitas," *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, vol. 3, no. 6, pp. 65–71, 2024, doi: 10.5281/zenodo.13729255.
- [2] R. Rozikin and M. J. Tasrif, "Potensi Ekonomi Kreatif Tahun 2024 Negara Indonesia," *Jurnal Manajemen FE-UB*, vol. 11, no. 2, pp. 1–8, 2023.
- [3] A. N. Maulana, A. Ardiyansyah, and N. Zam, "Eksplorasi Pemasaran Digital melalui Facebook oleh UMKM Perdesaan," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, vol. 4, no. 3, pp. 16440–16450, 2024.
- [4] A. Asnawi, S. Pramono, F. Augustinah, S. Roekminiati, and S. Kamariyah, "Model Peningkatan Daya Saing Digital Ditinjau Dari Sudut Pandang Collaborative Governance Bagi UMKM Kuliner Di Surabaya," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, vol. 9, no. 1, pp. 699–718, 2024, doi: 10.36418/syntax-literate.v9i1.
- [5] I. D. Enggarratri, "Gender Relations, Globalization And Gender Empowerment: The Implementation Of Indonesia Digital Energy Of Asia," *Kafa'ah: Journal of Gender Studies*, vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2021, [Online]. Available: <http://kafaah.org/index.php/kafaah/index>
- [6] A. Agit, S. Muharram, and O. Oktaviany, "Dampak Internet

- Terhadap Akses Informasi Bisnis Dan Kontribusinya Terhadap Kinerja Bisnis,” in *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SEHATI ABDIMAS)*, 2023, pp. 222–231.
- [7] R. Riswandi and I. Permadi, “Business Sustainability Through Technology Adoption: Readiness and Acceptance of E-commerce Technology in MSMEs,” in *4th International Conference on Education and Social Science Research (ICESRE)*, Knowledge E DMCC, Sep. 2022, pp. 243–256. doi: 10.18502/kss.v7i14.11973.
- [8] G. Evangeulista, A. Agustin, G. P. E. Putra, D. T. Pramesti, and H. Madiistriyatno, “Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi,” *Oikos-Nomos : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, pp. 33–42, 2023.
- [9] E. Sudirman, “Strategi Usaha Kecil Menengah Menghadapi Digitalisasi Pemasaran,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 9, no. 2, pp. 142–151, 2020, doi: 10.32502/jimn.v9i2.2.
- [10] R. Komalasari, B. Harto, and R. Setiawan, “UMKM Go-Digital sebagai Adaptasi dan Inovasi Pemasaran Arkha Minoritas pada Pandemi COVID-19,” *IKRAITH-ABDIMAS*, vol. 4, no. 1, pp. 1–7, 2021.
- [11] A. Justitia, I. Werdiningsih, F. Effendy, and T. Taufik, “Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital,” *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 60–72, Oct. 2021, doi: 10.47747/jnpm.v2i2.388.
- [12] A. Agit, S. Aisyah Julyana, and B. Ma’ruf, “Tinjauan Literatur pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online di Era Digital,” in *Seminar Nasional Amikom Surakarta (SEMNAS) 2023*, 2023, pp. 624–634.
- [13] P. Trulline, “Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce,” *Jurnal Manajemen Komunikasi*, vol. 5, no. 2, pp. 259–279, 2021.
- [14] D. R. Ningsih, “Peran Financial Technology (Fintech) Dalam Membantu Perkembangan Wirausaha UMKM,” in *Seminar Nasional PPs Universitas PGRI Palembang 2020*, 2020, pp. 270–277.
- [15] F. Romadhon and A. Fitri, “Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik),” *Jurnal TECHNOBIZ*, vol. 3, no. 1, pp. 30–44, 2020.
- [16] A. Agit, H. Hasmawati, S. Sahurri, S. Yunus, and F. Syukri, “Peran Dan Kontribusi Teknologi Dalam Menunjang Potensi Ekonomi Masyarakat Di Wilayah Pedesaan,” in *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2023, pp. 263–272.
- [17] T. Endrawati, M. S. Safarudin, C. Windreis, M. AR, A. Zahruddin, and T. Yusnanto, “Pelatihan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Online Bagi UMKM Di Berbagai Provinsi,” *Communnity Development Journal*, vol. 4, no. 2, pp. 4501–4512, 2023.
- [18] Sigar. P. Berutu, F. Laia, R. K. A. Gultom, and A. Alendra, “Analisis Pengaruh Kebijakan Regulasi Terhadap Praktik Bisnis Dan Tindak Pidana Korporasi,” *Jurnal Plaza Hukum Indonesia*, vol. 2, no. 1, pp. 1–17, 2024.
- [19] T. Dube, R. Van Eck, and T. Zuva, “Review of Technology Adoption Models and Theories to Measure Readiness and Acceptable Use of Technology in a Business Organization,” *Journal of Information Technology and Digital World*, vol. 2, no. 4, pp. 207–212, Dec. 2020, doi: 10.36548/jitdw.2020.4.003.
- [20] M. M. Ikhsani and S. E. B. Santoso, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Banyumas,” in *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian pada*

- Masyarakat V Tahun 2020*, 2020, pp. 452–457.
- [21] I. R. Aysa, “Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia,” *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, vol. 3, no. 2, pp. 140–153, Sep. 2021, doi: 10.33367/at.v2i3.1458.
- [22] A. N. Syifa, E. S. I. Wibowo, M. R. Yossi, R. S. Indrawati, and A. M. Roza, “Kesenjangan Digital Dan Akses Internet Di Kabupaten Katingan: Studi Kasus Pada Masyarakat Pedesaan,” *Jurnal KAGANGA*, vol. 8, no. 1, pp. 65–72, 2024.
- [23] M. Z. Asikin and M. O. Fadilah, “Masa Depan Kewirausahaan Dan Inovasi: Tantangan Dan Dinamika Dalam Era Digital,” *Jurnal Syntax Admiration*, vol. 5, no. 1, pp. 303–310, 2024.
- [24] M. I. Rezky, “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia Berbasis Financial Technology,” *Journal of Principles Management and Bussines*, vol. 2, no. 2, pp. 64–77, 2023, [Online]. Available: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- [25] L. H. Siregar, T. Fahmi, I. R. Nasution, F. Rozi, M. T. Harahap, and T. D. Putra, “Strategi Aman Bertransaksi Digital: Mengedukasi Generasi Milenial Di Era Digital (PKM Desa Medan Krio Kabupaten Deli Serang),” *Journal of Human And Education*, vol. 4, no. 3, pp. 690–695, 2024.
- [26] E. S. Talahi and M. Ie, “Dukungan Pemerintah Sebagai Moderasi Pengaruh Transformasi Bisnis Digital Dan Karakter Kewirausahaan Terhadap Resiliensi UMKM,” *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 6, no. 3, pp. 770–780, 2024.
- [27] L. Abubakar and T. Handayani, “Penguatan Regulasi: Upaya Percepatan Transformasi Digital Perbankan Di Era Ekonomi Digital,” *Jurnal Masalah-Masalah Hukum*, vol. 51, no. 3, pp. 259–270, 2022.
- [28] A. Al Aidhi, M. A. K. Harahap, A. Y. Rukmana, S. P. Palembang, and A. A. Bakri, “Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi,” *Jurnal Multidisiplin West Science*, vol. 2, no. 2, pp. 118–134, 2023.
- [29] J. Mannayong, Muh. S. Rizal, H. Herling, and M. Faisal, “Transformasi Digital Dan Partisipasi Masyarakat: Mewujudkan Keterlibatan Publik Yang Lebih Aktif,” *Jurnal Administrasi Publik*, vol. 20, no. 1, pp. 51–72, Jun. 2024, doi: 10.52316/jap.v20i1.260.
- [30] B. Rifai and E. Mychelisda, “Model Percepatan Adopsi Teknologi Digital Industri Makanan Minuman Berbasis Potensi Lokal Menuju Industri 4.0 Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Nasional Bahtiar Rifai, Erla Mychelisda,” *TheJournalish: Social and Government*, vol. 4, no. 5, pp. 211–231, 2023, doi: 10.55314/tsg.v4i5.612.
- [31] L. P. Estiarto, R. Suraji, I. Istianingsih, and H. Hapzi, “Peningkatan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Hjo Chi Minh, Vietnam Melalui Transformasi Digital dan Pelatihan Kewirausahaan,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan (JPMPT)*, vol. 2, no. 1, p. 35, 2024, doi: 10.38035/jpmpt.v2i1.
- [32] N. Asni Aulia, M. Hasan, M. Dinar, M. I. S. Ahmad, and T. Supatminingsih, “Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian?,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, vol. 2, no. 1, pp. 110–126, 2021, [Online]. Available: <https://ojs.unm.ac.id/JE3S>
- [33] F. Gunawan and T. Dyatmika, “Peningkatan Pemahaman Literasi Digital Pada Remaja Milenial Di Desa Tirto,” *Jurnal Abdimas BSI - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 2, pp. 187–194, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>

- [34] M. Muhibbusaabry *et al.*, “Copyright: Melek Digital: Membuka Peluang Baru Bagi Ukm Desa Sei Balai Melalui Seminar Pelatihan Bisnis Digital (E-Commerce),” *Journal of Human And Education*, vol. 4, no. 5, pp. 540–546, 2024.
- [35] A. K. Wardhani and A. N. Romas, “Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19,” *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, vol. 4, no. 1, pp. 29–54, Aug. 2022, doi: 10.24071/exero.v4i1.5025.
- [36] S. N. Amalia, I. Ghoniyah, R. N. Widiyanti, D. M. Putri, R. Hidayat, and M. Ikaningtyas, “Menyusun Strategi Bisnis Berbasis Teknologi: Membangun Keunggulan Kompetitif di Era Digital,” *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, vol. 3, no. 1, pp. 1–10, 2024.
- [37] T. Supriatna, D. Juhandi, and R. Rasipan, “Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran yang di Moderasi Akses Fasilitas Digital,” *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, vol. 2, no. 2, pp. 167–178, Jul. 2022, doi: 10.37366/master.v2i2.481.
- [38] A. B. Ndraha, D. Zebua, A. Zega, and M. K. Zebua, “Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Era Industri 4.0,” *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 27–32, 2024.
- [39] F. Sudirjo, A. Y. Rukmana, H. Wandan, and M. L. Lukman, “Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat,” *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, vol. 5, no. 1, pp. 55–69, 2023, [Online]. Available: <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- [40] R. Rachman, D. Widiarti, N. Faiza, N. Retnowati, M. R, and L. Purwanti, “Membangun Mindset Pelaku UMKM Terhadap Digital Marketing,” in *Seminar Nasional Universitas Abdurachman Saleh Situbondo (SINARS 2024)*, 2024, pp. 210–218.
- [41] Y. A. Clinton and A. E. Vanomy, “Pengembangan UMKM Kuliner Di Kota Batam Melalui Transformasi Ke Platform Digital Di Era Revolusi Industri 4.0,” *Fortunate Business Review*, vol. 3, no. 1, pp. 25–55, 2023.
- [42] A. Basry and E. M. Sari, “Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM),” *IKRA-ITH Informatika*, vol. 2, no. 3, pp. 53–60, 2018.
- [43] A. W. Aji and S. P. Listyaningrum, “Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul,” *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, vol. 6, no. 1, pp. 87–102, 2021.
- [44] R. F. Hudiyono and D. Safitri, “Analisis Program Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Danmenengah (UMKM) Oleh PT Lima Pondasi Bersama,” *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, vol. 4, no. 2, pp. 83–91, Jun. 2022, doi: 10.7454/jabt.v4i2.1026.
- [45] S. Suyadi, S. Syahdanur, and S. Suryani, “Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),” *Jurnal Ekonomi KIAT*, vol. 29, no. 1, pp. 1–10, 2018, [Online]. Available: <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- [46] R. Annisa, R. Sabaruddin, P. A. Rahayuningsih, and M. N. Winnarto, “Pemanfaatan Transformasi Digital Mindset dalam Kewirausahaan UMKM untuk Pengembangan Ekonomi Lokal,” *SOROT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 2, no. 2, pp. 78–81, 2023, doi: 10.32699.
- [47] Ustadus Sholihin, “Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital,” *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, vol. 3, no. 2, pp. 100–114, May

2024, doi:
10.30640/digital.v3i2.2512.

