



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 4592-4602

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Inovasi Kewirausahaan di Era Digital: Kajian Literatur tentang Model Bisnis UMKM Berbasis Teknologi

Nerli Khairani^{1✉}, Farhan Anshari², Niquita Sepha Kanaya³, Puspa Arinda Ginting⁴

Universitas Negeri Medan

Email: niquita.kanaya17@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah lanskap kewirausahaan, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis digital inovatif yang diterapkan oleh UMKM, menelaah praktik-praktik terbaik dari berbagai sektor, serta menyajikan sintesis literatur tematik untuk mendukung strategi kewirausahaan digital di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka tematik dengan menganalisis artikel ilmiah dan laporan penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa model bisnis berbasis platform, langganan, dan freemium banyak diadopsi oleh UMKM yang telah melakukan transformasi digital. Praktik terbaik melibatkan pemanfaatan media sosial, integrasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK), serta kolaborasi lintas sektor. Namun, tantangan besar seperti literasi digital yang rendah, ketimpangan infrastruktur, dan ketergantungan pada platform besar masih menjadi hambatan. Kajian ini merekomendasikan penguatan ekosistem kewirausahaan digital melalui pelatihan, insentif, dan kebijakan kolaboratif yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *UMKM, Inovasi Digital, Model Bisnis, Kewirausahaan, Teknologi Informasi*

Abstract

Digital transformation has reshaped the landscape of entrepreneurship, particularly within the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. This study aims to identify innovative digital business models adopted by MSMEs, examine best practices across various sectors, and present a thematic literature synthesis to support the development of digital entrepreneurship strategies in Indonesia. A thematic literature review method was employed, analyzing scholarly articles and research reports. The findings reveal that platform-based, subscription, and freemium business models are widely adopted among digitally transformed MSMEs. Best practices involve the strategic use of social media, integration of information and communication technology (ICT), and cross-sector collaboration. However, significant challenges such as low digital literacy, infrastructure disparities, and reliance on major digital platforms persist. This study recommends strengthening the digital entrepreneurship ecosystem through training, incentives, and sustainable, collaborative policy initiatives.

Keywords: MSMEs, Digital Innovation, Business Model, Entrepreneurship, Information Technology

PENDAHULUAN

Transformasi digital bukan sekadar tren, melainkan revolusi yang secara fundamental mengubah lanskap ekonomi global, termasuk bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks ini, UMKM dituntut untuk tidak hanya beradaptasi, tetapi juga berinovasi agar mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan yang berlangsung cepat. Teknologi digital seperti e-commerce, *cloud computing*, *big data*, dan *Internet of Things* (IoT) telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengambil keputusan bisnis berbasis data. Namun, potensi tersebut hanya dapat dimaksimalkan jika tantangan yang ada seperti keterbatasan sumber daya, akses teknologi, dan literasi digital dapat diatasi secara efektif (Bahasoan, Qamariah, Sari Azis, 2024).

Di Indonesia, digitalisasi membawa peluang besar bagi UMKM untuk mengakses pasar global, memperbaiki distribusi produk, serta mempererat relasi dengan pelanggan melalui platform digital. Namun demikian, seperti dikemukakan oleh Sifwah (2024), banyak UMKM masih tertinggal dalam adopsi teknologi. Keterbatasan dana, minimnya pelatihan teknis, serta kurangnya pemahaman dalam memilih teknologi yang tepat menjadi hambatan utama (Wijayanti & Berlian Hakim, 2023). Oleh karena itu, untuk dapat bersaing di era digital, inovasi kewirausahaan yang didukung oleh pemanfaatan teknologi menjadi kebutuhan mendesak, bukan lagi pilihan.

Pemerintah Indonesia mencatat bahwa UMKM berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), sebuah angka yang menunjukkan peran vital sektor ini dalam

perekonomian nasional. Namun, menurut laporan World Bank (2020), adopsi teknologi oleh UMKM masih tergolong rendah. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting: jika kontribusinya begitu besar, mengapa teknologi belum menjadi bagian integral dari operasional UMKM? Apakah hambatan struktural, budaya bisnis, atau kurangnya kebijakan yang mendukung menjadi penyebab utama? Menjawab pertanyaan-pertanyaan ini sangat penting untuk mengidentifikasi solusi yang kontekstual dan berkelanjutan (Panjaitan et al., 2023).

Secara global, negara-negara seperti China dan India telah menunjukkan bagaimana integrasi teknologi dalam model bisnis UMKM dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Namun, adopsi strategi serupa di Indonesia tidak bisa dilakukan secara langsung tanpa mempertimbangkan perbedaan konteks sosial, ekonomi, dan infrastruktur digital. Oleh sebab itu, strategi transformasi digital UMKM di Indonesia harus disesuaikan dengan karakteristik lokal agar dapat diterapkan secara efektif (Ruliana et al., 2024).

Inovasi kewirausahaan berbasis teknologi menjadi faktor kunci dalam mendorong daya saing UMKM, tidak hanya dari sisi produk dan layanan, tetapi juga dari segi model bisnis. Sayangnya, masih banyak UMKM yang merasa kebingungan dalam menentukan jenis teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Dengan pilihan teknologi yang sangat beragam, dibutuhkan panduan yang jelas agar UMKM tidak salah langkah dalam berinovasi (Liong & Citta, 2024; Setyaningsih, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkaji model bisnis digital yang inovatif dan kontekstual bagi UMKM di Indonesia. Fokus utamanya adalah bagaimana model bisnis berbasis teknologi dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing di tengah tantangan digitalisasi. Melalui pendekatan literatur tematik, penelitian ini juga berupaya menyintesis praktik-praktik terbaik dari berbagai studi sebelumnya untuk menghasilkan panduan konseptual dan praktis dalam mendukung transformasi digital UMKM secara adaptif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi literatur. Studi ini dilakukan dengan menelaah berbagai artikel jurnal ilmiah yang relevan dengan topik inovasi kewirausahaan dan model bisnis digital pada UMKM. Proses pencarian literatur dilakukan menggunakan aplikasi *Publish or Perish (PoP)*, yang memungkinkan penelusuran artikel dari berbagai basis data akademik. Artikel-artikel yang diperoleh

kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif (*Qualitative Content Analysis/QCA*), untuk memahami dinamika penerapan inovasi dan teknologi digital dalam pengembangan model bisnis UMKM.

Menurut (Afrizal, Gultom, & Widalicin, 2022), penelitian kualitatif-deskriptif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dalam konteks dan situasi yang khas. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menyajikan deskripsi yang menyeluruh tentang karakteristik, perilaku, serta dinamika yang muncul dalam konteks yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut sangat sesuai untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM mengadopsi inovasi berbasis teknologi dan membentuk model bisnis digital di tengah perubahan era digital.

Metode *Qualitative Content Analysis* (QCA) dipilih karena kemampuannya dalam mengkaji secara sistematis makna yang terkandung dalam dokumen dan publikasi ilmiah. (Reski, Yuyung, Irfan, Sahabuddin, & Lutfi, 2024) menjelaskan bahwa QCA memungkinkan peneliti untuk mengkategorikan materi kualitatif ke dalam tema atau konsep tertentu berdasarkan kerangka pengkodean yang telah dirancang sebelumnya. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat mengidentifikasi pola, tren, serta keterkaitan penting dalam literatur yang berkaitan dengan inovasi, kewirausahaan digital, dan transformasi model bisnis UMKM. Analisis ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih dalam terhadap strategi inovatif yang digunakan oleh UMKM serta kontribusinya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam QCA:

1. Tahapan awal dalam QCA adalah pemilihan sumber data yang relevan. Literatur yang dianalisis meliputi artikel jurnal ilmiah, laporan riset, serta dokumen kebijakan yang membahas aspek-aspek inovasi, kewirausahaan digital, dan adopsi teknologi oleh UMKM. Pemilihan literatur dilakukan secara purposif, yaitu dengan memilih hanya dokumen yang memiliki relevansi kuat terhadap tujuan penelitian.
2. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah proses pengkodean, di mana isi literatur diklasifikasikan ke dalam unit-unit informasi berdasarkan tema tertentu. Tema utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini antara lain "inovasi model bisnis", "transformasi digital UMKM", "adopsi teknologi", dan "strategi kewirausahaan digital". Proses pengkodean ini mempermudah peneliti dalam mengorganisasi data secara sistematis agar lebih mudah dianalisis.
3. Data yang telah dikode kemudian disederhanakan melalui proses kategorisasi, tanpa menghilangkan substansi penting dari informasi yang diperoleh. Kategorisasi ini

membantu memperjelas struktur data dan mengelompokkan informasi ke dalam fokus analisis yang lebih spesifik, seperti jenis inovasi yang diadopsi UMKM atau bentuk platform digital yang digunakan.

4. Selanjutnya, dilakukan analisis tema untuk menelusuri pola dan hubungan antar tema yang muncul dari hasil kategorisasi. Dalam konteks ini, perhatian khusus diberikan pada bagaimana UMKM mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnis mereka, serta faktor-faktor yang mendorong atau menghambat inovasi tersebut.
5. Tahap akhir adalah interpretasi data, di mana temuan yang telah dianalisis dipahami dalam konteks kewirausahaan digital UMKM di Indonesia. Interpretasi dilakukan secara mendalam untuk menggambarkan peran teknologi dalam mengubah lanskap bisnis tradisional menjadi model bisnis berbasis digital. Proses ini bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana inovasi digital dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing dan menciptakan nilai baru di era transformasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis-Jenis Model Bisnis Digital Inovatif yang Diterapkan oleh UMKM

Transformasi *digital* mendorong UMKM untuk tidak hanya mengadopsi teknologi dalam operasional bisnis, tetapi juga untuk membentuk ulang model bisnis mereka secara fundamental. Model bisnis digital inovatif yang berkembang dalam konteks UMKM mencerminkan respons adaptif terhadap dinamika pasar *digital*, perubahan perilaku konsumen, serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu bentuk model bisnis digital yang paling menonjol adalah model berbasis *platform*, seperti *marketplace* (Tokopedia, *Shopee*) dan layanan *digital on-demand* (Gojek, *Grab*).

Model ini memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, mengurangi biaya distribusi, dan meningkatkan visibilitas produk secara signifikan. Studi Agustin (2024) menegaskan bahwa UMKM yang mengadopsi model platform memperoleh efisiensi operasional, loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, dan keunggulan kompetitif yang kuat di tengah persaingan industri *e-commerce*. Selain itu, model bisnis berbasis langganan dan *freemium* menjadi strategi inovatif yang kini mulai diterapkan oleh UMKM di sektor jasa dan *digital/kreatif*. Misalnya, penyedia layanan edukasi atau konten kreatif berbasis aplikasi mulai menawarkan layanan berlangganan dengan berbagai tingkat akses (Solechan, AP, & Hartono, 2023).

Pendekatan yang digunakan memungkinkan UMKM memperoleh pendapatan berulang (recurring income) sekaligus membangun basis pelanggan jangka panjang yang loyal (Darmayani, Waisnayanti, Mariadi, Dibya, & Widiantera, 2023). Model *Software as a Service* (SaaS) juga mulai diadopsi oleh UMKM, terutama oleh pelaku yang bergerak di bidang teknologi informasi dan pengembangan perangkat lunak. Melalui model ini, UMKM dapat menawarkan solusi perangkat lunak secara digital tanpa harus mengandalkan interaksi fisik atau instalasi lokal di perangkat pengguna. Keuntungan utama dari model SaaS adalah skalabilitas dan efisiensi dalam penyampaian layanan (saas).

Bisnis berbasis media sosial dan komunitas digital juga berkembang pesat. UMKM memanfaatkan platform seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp Business* tidak hanya untuk promosi, tetapi juga sebagai media transaksi dan layanan pelanggan. Menurut Amory, J, & Hayadin (2025), pemanfaatan TIK seperti media sosial dan *cloud computing* telah menjadi tulang punggung inovasi dalam model bisnis UMKM. Studi mereka menunjukkan bahwa integrasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

UMKM juga mulai menerapkan pendekatan *hybrid*, yaitu menggabungkan elemen dari berbagai model bisnis digital untuk meningkatkan ketahanan dan fleksibilitas usaha. Sebagai contoh, pelaku usaha makanan dan minuman dapat menjual melalui *platform marketplace*, memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta menggunakan layanan langganan untuk produk reguler. Namun, adopsi model bisnis inovatif ini juga menghadapi hambatan struktural. Keterbatasan literasi *digital*, kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi, serta rendahnya kapasitas manajerial menjadi tantangan utama bagi banyak UMKM dalam mengoptimalkan model bisnis digital. Oleh karena itu, pendekatan strategis berbasis pelatihan, pendampingan, dan dukungan teknologi menjadi kebutuhan mendesak agar transformasi model bisnis digital dapat merata dan inklusif di kalangan UMKM Indonesia

Praktik-Praktik Terbaik UMKM Berbasis Teknologi

Berbagai literatur dan studi kasus menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam mengadopsi model bisnis digital tidak semata ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh strategi yang cermat, kepemimpinan adaptif, dan kolaborasi lintas sektor. Beberapa praktik terbaik yang ditemukan dalam studi ini menunjukkan pola yang konsisten. Penggunaan media sosial secara strategis terbukti menjadi praktik kunci.

Studi Amory, J, & Hayadin (2025) mengungkapkan bahwa UMKM seperti Maich dan Dekoruma berhasil membangun kesadaran merek (brand awareness) dan memperluas jangkauan pasar melalui platform seperti Instagram dan TikTok, dengan strategi konten yang konsisten, relevan, dan interaktif. UMKM yang berhasil umumnya menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap kebutuhan pasar berbasis data. dengan memanfaatkan tools seperti *Google Analytics*, *Customer Relationship Management (CRM)*, serta *feedback* pengguna secara *real-time*, UMKM mampu mengembangkan produk atau layanan sesuai kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

Dalam studi Agustin (2024), pendekatan ini memperkuat loyalitas pelanggan dan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat. kolaborasi antar pemangku kepentingan menjadi landasan praktik inovatif yang berkelanjutan. Hidayatul (2022) menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, sektor swasta, dan komunitas lokal dalam bentuk pelatihan digital, inkubasi bisnis, hingga dukungan infrastruktur, berkontribusi signifikan dalam mendorong UMKM untuk bertransformasi secara digital dan berkelanjutan.

Studi Darmayani (2023) menyoroti bahwa keberhasilan praktik terbaik tidak lepas dari peran manajerial yang tanggap terhadap perubahan. UMKM dengan kepemimpinan yang visioner lebih cepat berinovasi dan memanfaatkan peluang digital, terutama setelah krisis pandemi Covid-19 mendorong percepatan digitalisasi. namun, praktik-praktik terbaik yang diberikan tidak bisa diadopsi secara instan. UMKM membutuhkan dukungan sistemik dan berkelanjutan melalui kebijakan insentif, literasi digital, dan akses pendanaan berbasis teknologi. Maka dari itu, praktik terbaik dari studi-studi terdahulu juga menjadi fondasi untuk mengembangkan strategi nasional penguatan kewirausahaan digital berbasis UMKM.

Sintesis Tematik dan Strategi Pengembangan Kewirausahaan Digital

Dari berbagai literatur yang dianalisis, dapat disusun sebuah sintesis tematik yang mencerminkan pola umum inovasi dalam model bisnis UMKM berbasis digital. Sintesis yang berfungsi sebagai kerangka konseptual untuk memahami dinamika kewirausahaan digital di sektor UMKM Indonesia (Zaki, Qohar, & Darmawan, 2024). Ditemukan bahwa adopsi teknologi bukanlah tujuan akhir, melainkan bagian dari strategi transformasi nilai bisnis. Dalam hal ini, model bisnis yang sukses adalah yang mampu menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai secara lebih efisien dengan dukungan teknologi (Agustin et al., 2024).

Integrasi antara inovasi dan keberlanjutan menjadi dimensi penting dalam membangun ketahanan UMKM. Inovasi dalam produk, proses, dan layanan tidak cukup jika

tidak dilandasi oleh prinsip keberlanjutan, baik dalam aspek lingkungan, sosial, maupun ekonomi. Pendekatan kolaboratif multiaktor terbukti menjadi strategi efektif dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan digital (Darmayani et al., 2023).

Praktik yang dicontohkan dalam studi Hidayatul et al. (2022), menunjukkan bahwa kolaborasi antara akademisi, sektor swasta, masyarakat, dan pemerintah menghasilkan dukungan nyata berupa pelatihan, infrastruktur, dan fasilitasi pasar. Perlu adanya kebijakan adaptif dan responsif yang menjembatani gap antara kemampuan UMKM dan tuntutan digitalisasi. Pemerintah daerah dan pusat perlu menciptakan regulasi yang pro-inovasi, memperluas inklusi digital, serta memastikan pemerataan akses teknologi (Ardhiyansyah, Wahyuning Sulistyowati, Hidayati, & Handayani, 2023).

Dalam konteks strategis, pengembangan kewirausahaan digital di sektor UMKM perlu diarahkan melalui infrastruktur teknologi yang inklusif, termasuk akses internet dan *cloud computing*, peningkatan literasi digital dan manajerial, terutama bagi UMKM di daerah tertinggal, penguatan ekosistem kolaboratif, dengan mendorong terbentuknya inkubator bisnis dan komunitas inovator lokal (Rizky, Kusumadewi, & Saefulloh, 2022). Jika diterapkan secara sistematis, strategi yang telah dirancang dapat mempercepat terwujudnya UMKM yang tidak hanya tangguh secara bisnis, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

Analisis Kritis dan Tantangan UMKM Berbasis Teknologi

Transformasi digital telah membuka peluang besar bagi UMKM di Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Namun, proses ini juga menghadirkan berbagai tantangan yang kompleks dan saling terkait. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM (Putri & Widadi, 2024). Meskipun banyak pelaku usaha menyadari pentingnya teknologi digital, mereka sering kali menghadapi kesulitan dalam memahami dan mengimplementasikan teknologi tersebut secara efektif. Faktor-faktor seperti ketidakpastian dalam memilih teknologi yang tepat dan keterbatasan biaya investasi menjadi hambatan signifikan dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM (Rajagukguk & Rusadi, 2025).

Selain itu, kesenjangan infrastruktur digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan memperburuk situasi. UMKM di daerah terpencil sering kali menghadapi keterbatasan akses internet yang stabil dan perangkat teknologi yang memadai, yang menghambat mereka dalam memanfaatkan peluang digital secara optimal. Keterbatasan ini tidak hanya

menghambat pertumbuhan bisnis, tetapi juga memperlebar kesenjangan ekonomi antara wilayah (Augustrianto, 2024).

Dari sisi kebijakan, meskipun pemerintah telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung digitalisasi UMKM, seperti peningkatan akses internet dan program pelatihan, implementasi kebijakan tersebut sering kali tidak merata dan kurang terkoordinasi. Kurangnya sinergi antara berbagai pemangku kepentingan menyebabkan banyak program tidak mencapai target yang diharapkan. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki legalitas usaha yang memadai, seperti izin usaha, yang menjadi prasyarat untuk mengakses berbagai program bantuan dan pembiayaan (Ardhiyansyah et al., 2023)

Tantangan lainnya adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan digital. Banyak UMKM kekurangan tenaga kerja yang mampu mengelola platform digital, melakukan analisis data, atau mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini menghambat kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi (Reza & Noviansyah, 2024).

Untuk mengatasi berbagai tantangan dalam UMKM, diperlukan pendekatan yang melibatkan peningkatan literasi digital, pengembangan infrastruktur yang merata, penyederhanaan regulasi, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan bagi UMKM di Indonesia.

SIMPULAN

Kajian yang dibahas mengungkap bahwa inovasi dalam model bisnis digital merupakan faktor kunci bagi keberhasilan UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital. Adopsi teknologi digital memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan nilai baru melalui model bisnis berbasis platform, langganan, dan freemium. Praktik-praktik terbaik yang ditemukan menekankan pentingnya integrasi TIK, strategi keberlanjutan, dan kolaborasi lintas aktor.

Namun, masih terdapat sejumlah tantangan signifikan yang harus diatasi, termasuk kesenjangan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan ketergantungan terhadap platform digital besar. Untuk itu, transformasi digital UMKM tidak cukup hanya mengandalkan adopsi teknologi, tetapi memerlukan pendekatan sistemik yang mencakup penguatan kapasitas sumber daya manusia, kebijakan yang inklusif, dan pembangunan budaya inovasi.

Implikasi teoretis dari studi ini memperkaya pemahaman mengenai model bisnis digital dalam konteks kewirausahaan kecil di negara berkembang. Implikasi praktisnya, hasil studi ini dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan, pendamping UMKM, dan pelaku usaha untuk merancang strategi inovatif yang sesuai dengan konteks lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A., Gultom, P., & Widalicin, J. (2022). Studi Literatur : Pengembangan Talenta Digital untuk Transformasi Digital di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 11(1), 1–13.
- Agustin, A. T., Al Hafidz, M. Z., Susanti, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Inovasi Model Bisnis Platform untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Teknologi Digital di Industri E-Commerce Indonesia: Studi Kasus UMKM. *Labs: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 29(4), 19–24. <https://doi.org/10.57134/labs.v29i4.107>
- Amory, J. D. S., J, R., & Hayadin, M. R. (2025). Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Model Bisnis UMKM: Kajian Literatur tentang Inovasi dan Keberlanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2455–2462. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14519>
- Ardhiyansyah, A., Wahyuning Sulistyowati, N., Hidayati, N., & Handayani, E. (2023). Inovasi Berkelanjutan: Pendekatan Kolaboratif untuk Mengatasi Tantangan Sosial-Ekonomi di Provinsi Jawa Barat. In *Jurnal Pengabdian West Science (Vol. 02)*.
- Augustrianto, A. (n.d.). Sustainable Collaboration in Business, Information and Innovation 15 Th 2024 MSME in Indonesia: Opportunities of Digitalization in Enhancing the Business Entity.
- Darmayani, K., Waisnayanti, N., Mariadi, C., Dibya, M., & Widiantara, I. (2023). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). In *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance (Vol. 3)*.
- Hidayatul Holili, M., Adi, S., & Sofian Haryadi, D. (2022). Perancangan dan Implementasi Layanan Sistem Informasi Berbasis Cloud Computing Software as a Service pada UMKM di Jawa Tengah. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1).
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Rajagukguk, D. L., & Rusadi, U. (2025). DIGITALIZATION AND GLOBALIZATION: TRANSFORMATION OF UMKM IN THE DIGITAL ERA. *Journal of Social Political Sciences JSPS*, 6(1).

- Reski, D. P., Yuyung, A., Irfan, M., Sahabuddin, R., & Lutfi. (2024). ANALYSIS OF FINGERPRINT BIOMETRICS IN DETERMINING STUDENT LEARNING STYLES IN PRIMARY SCHOOLS. *JIRK:Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(7), 4291–4296.
- Reza, K. M. F., & Noviansyah, KA. (2024). STRATEGI BISNIS STARTUP MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS: STUDI KASUS GOJEK DAN AIRBNB. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(5), 1727–1738.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1680>
- Solechan, A., AP, T. W., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Wijayanti, aida, & Berlian Hakim, C. (2023). MENUMBUHKAN JIWA TECHNOPRENEURSHIP GENERASI MUDA MELALUI PRODUK KREATIF DAN INOVATIF. In *Jurnal Abdimas Indonesia* (Vol. 5).
- Zaki, R., Qohar, S., & Darmawan, A. (2024). Apakah Adopsi Platform Digital Berdampak terhadap Inovasi Model Bisnis UMKM? Sebuah Investigasi Ilmiah (Vol. 02). Retrieved from <https://journal.uii.ac.id/selma/index>.