

Transformasi UMKM di Era Ekonomi Digital: Strategi Inovatif Menuju Kemandirian dan Daya Saing Global

Fatur Rahman Rizoura¹, Gresia Natalia Sihotang^{2*}, Rastha Caronika Situmeang³

¹⁻³Politeknik Negeri Medan, Indonesia

Alamat: Jl. Almamater No.1, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155

*Korespondensi penulis: nataliagresia81@gmail.com

Abstract. *This study aims to explore the process of digital transformation and innovative strategies adopted by micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the context of the digital economy. The research focuses on understanding how micro MSME actors adopt digital technology, the challenges they face, and the implications for business independence and competitiveness. A qualitative descriptive approach with a single case study design was employed, focusing on one micro culinary MSME in Medan City. Data were collected through in depth interviews, direct observation, and digital documentation, and analyzed using thematic analysis techniques. The findings indicate that the use of social media for marketing purposes has increased business visibility and expanded customer reach at the local level. However, digital transformation remains at an early stage, constrained by limited capital, low digital literacy, and the lack of integrated digital business systems. These results suggest that digital transformation in micro MSMEs is a gradual and context dependent process that requires strong ecosystem support to enhance sustainable business independence and competitiveness. This study contributes to the literature by providing qualitative empirical insights into digital transformation at the micro enterprise level.*

Keywords: *micro MSMEs, digital transformation, innovation, competitiveness, digital economy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses transformasi digital dan strategi inovatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mikro dalam menghadapi dinamika ekonomi digital. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman mendalam mengenai bagaimana pelaku UMKM mikro mengadopsi teknologi digital, tantangan yang dihadapi, serta implikasinya terhadap kemandirian usaha dan daya saing. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal pada satu UMKM mikro sektor kuliner di Kota Medan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi digital, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan konsumen pada skala lokal. Namun, transformasi digital masih berada pada tahap awal dan menghadapi kendala utama berupa keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, serta belum terintegrasinya sistem bisnis digital. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital UMKM mikro bersifat bertahap dan sangat kontekstual, serta memerlukan dukungan ekosistem yang memadai agar dapat mendorong kemandirian dan peningkatan daya saing secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian transformasi digital UMKM mikro dari perspektif kualitatif.

Kata kunci: UMKM mikro, transformasi digital, inovasi, daya saing, ekonomi digital

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi digital telah menjadi salah satu transformasi struktural paling signifikan dalam sistem perekonomian global. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk e-commerce, media sosial, dan kecerdasan buatan, telah mengubah cara pelaku usaha memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan barang serta jasa. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada perusahaan besar, tetapi juga secara langsung memengaruhi keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau

UMKM sebagai aktor utama dalam perekonomian nasional. Digitalisasi membuka peluang perluasan pasar dan efisiensi operasional, namun sekaligus menciptakan tantangan baru berupa persaingan yang semakin intensif dan berbasis teknologi (Pratamansyah, 2024).

Di Indonesia, UMKM memiliki peran strategis karena mendominasi struktur usaha nasional dan menjadi penyerap tenaga kerja terbesar. Kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto dan penciptaan lapangan kerja menjadikannya tulang punggung perekonomian, terutama dalam menjaga stabilitas ekonomi dan pengurangan kemiskinan. Namun demikian, masih banyak UMKM yang beroperasi secara konvensional dan belum sepenuhnya mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kesenjangan literasi digital, keterbatasan modal, dan minimnya akses terhadap ekosistem digital menjadi kendala utama dalam proses transformasi tersebut (Zaelani, 2020).

Transformasi digital bagi UMKM tidak dapat dipahami hanya sebagai adopsi teknologi semata, melainkan sebagai perubahan menyeluruh pada pola pikir, strategi bisnis, dan cara menciptakan nilai. Integrasi teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, pengelolaan keuangan, dan hubungan dengan pelanggan berpotensi meningkatkan efisiensi, fleksibilitas, serta daya saing UMKM. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan platform digital dan pemasaran berbasis media sosial mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pasar, khususnya bagi UMKM berskala mikro (Annisa et al., 2023; Evangeulista et al., 2023).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada analisis kuantitatif atau studi makro mengenai digitalisasi UMKM, dengan penekanan pada tingkat adopsi teknologi dan dampaknya terhadap kinerja secara umum. Penelitian yang menggali secara mendalam pengalaman pelaku UMKM mikro dalam proses transformasi digital, terutama pada konteks lokal dan skala usaha yang sangat kecil, masih relatif terbatas. Selain itu, banyak kajian menempatkan UMKM sebagai entitas homogen, tanpa mempertimbangkan keragaman kapasitas sumber daya, lingkungan usaha, dan strategi adaptasi yang dimiliki masing masing pelaku usaha (Oktaviani & Prakoso, 2023).

Research gap dalam penelitian ini terletak pada minimnya kajian kualitatif yang mengeksplorasi bagaimana UMKM mikro merumuskan dan menerapkan strategi inovatif dalam menghadapi ekonomi digital, serta bagaimana strategi tersebut berkontribusi terhadap kemandirian usaha dan peningkatan daya saing. Khususnya, belum banyak penelitian yang mengaitkan transformasi digital UMKM mikro dengan perspektif inovasi

dan daya saing secara kontekstual, berbasis pengalaman empiris pelaku usaha pada level akar rumput.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam proses transformasi digital pada UMKM mikro serta mengidentifikasi strategi inovatif yang diterapkan dalam upaya mencapai kemandirian dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini berfokus pada studi kasus UMKM mikro sektor kuliner yang mulai memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas usahanya. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini berupaya memahami dinamika adaptasi, tantangan, dan peluang yang dihadapi pelaku UMKM dalam konteks ekonomi digital.

Manfaat teoretis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan literatur mengenai transformasi digital UMKM, khususnya pada skala mikro, dengan memperkaya perspektif kualitatif yang masih terbatas. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat pemahaman mengenai hubungan antara inovasi digital, kemandirian usaha, dan daya saing UMKM dalam kerangka ekonomi digital.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi transformasi digital yang realistis dan sesuai dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah, institusi pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang program pendampingan, pelatihan, dan kebijakan yang lebih tepat sasaran guna mempercepat transformasi digital UMKM dan memperkuat peran UMKM dalam perekonomian nasional.

2. KAJIAN TEORITIS

Ekonomi digital dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang bertumpu pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Internet, platform digital, komputasi awan, serta analisis data menjadi fondasi utama dalam ekonomi digital yang memungkinkan terciptanya efisiensi, inovasi, dan perluasan pasar. Dalam konteks UMKM, ekonomi digital membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menembus keterbatasan geografis dan skala usaha, sekaligus meningkatkan akses terhadap konsumen dan informasi pasar yang sebelumnya sulit dijangkau (Pratamansyah, 2024).

Transformasi digital merupakan proses strategis yang lebih luas dibandingkan sekadar adopsi teknologi. Transformasi ini mencakup perubahan model bisnis, proses

operasional, budaya organisasi, dan pola pengambilan keputusan berbasis data. Pada UMKM, transformasi digital sering kali berlangsung secara bertahap dan adaptif, dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, literasi digital, dan dukungan lingkungan eksternal. Integrasi teknologi digital yang tepat dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan (Oktaviani & Prakoso, 2023).

Dalam kerangka Revolusi Industri 4.0, transformasi digital menuntut UMKM untuk mengembangkan kemampuan inovasi sebagai kunci keberlanjutan usaha. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi model bisnis. Pemanfaatan media sosial, marketplace, serta teknologi berbasis kecerdasan buatan memungkinkan UMKM melakukan inovasi dengan biaya relatif rendah dan kecepatan yang lebih tinggi dibandingkan pola bisnis konvensional (Dwi Oktareza et al., 2024).

Teori inovasi menekankan bahwa kemampuan berinovasi merupakan faktor penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Dalam ekonomi digital, UMKM memiliki fleksibilitas yang lebih besar untuk bereksperimen dengan produk dan strategi pemasaran, meskipun menghadapi keterbatasan modal dan sumber daya manusia. Teknologi digital seperti analisis data pelanggan dan kecerdasan buatan dapat membantu UMKM memahami preferensi pasar dan merespons perubahan permintaan secara lebih akurat (Alief & Nurmiati, 2022).

Daya saing usaha dalam perspektif manajemen strategis dapat dijelaskan melalui teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Porter. Daya saing tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh diferensiasi produk, efisiensi operasional, dan kemampuan membangun merek. Bagi UMKM, adopsi teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan posisi tawar, memperluas jangkauan pasar, serta menghadapi tekanan persaingan dari pelaku usaha yang lebih besar dan berbasis teknologi (Porter, 1985).

Dalam konteks UMKM mikro, daya saing sering kali bersifat lokal dan personal, namun ekonomi digital memungkinkan perluasan skala persaingan hingga tingkat nasional bahkan global. Pemanfaatan platform digital dan media sosial dapat meningkatkan visibilitas usaha serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital yang efektif mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja usaha UMKM (Annisa et al., 2023; Evrianti et al., 2025).

Teori ketergantungan sumber daya menjelaskan bahwa organisasi tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan lingkungan eksternal. UMKM sangat bergantung pada akses terhadap modal, teknologi, informasi, dan jaringan pasar. Dalam ekonomi digital, ketergantungan ini dapat dikelola melalui kolaborasi dengan pemerintah, institusi pendidikan, serta platform digital. Kerja sama lintas sektor menjadi strategi penting bagi UMKM untuk mengatasi keterbatasan internal dan memperkuat kapasitas transformasi digital (Zaelani, 2020).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan transformasi digital UMKM sangat dipengaruhi oleh literasi digital pelaku usaha dan dukungan ekosistem. Evangeulista et al. (2023) menemukan bahwa UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam pemasaran dan manajemen usaha cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan UMKM yang masih konvensional. Namun demikian, tantangan utama tetap terletak pada keterbatasan modal dan kemampuan teknis.

Studi lain menekankan pentingnya pendekatan kontekstual dalam memahami transformasi digital UMKM. Humaira (2025) menunjukkan bahwa strategi digital yang berhasil pada satu UMKM belum tentu dapat diterapkan secara langsung pada UMKM lain tanpa penyesuaian terhadap karakteristik usaha dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM bersifat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, ekonomi, dan budaya setempat.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital, inovasi, dan daya saing merupakan konsep yang saling terkait dalam pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Kajian ini menempatkan UMKM mikro sebagai subjek utama untuk memahami bagaimana strategi inovatif dirumuskan dan diterapkan secara nyata dalam keterbatasan sumber daya. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan literatur terkait pengalaman empiris UMKM mikro dalam membangun kemandirian dan daya saing melalui transformasi digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami secara mendalam proses transformasi digital dan strategi inovatif yang diterapkan oleh satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks nyata dan spesifik.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, serta praktik adaptasi pelaku UMKM secara kontekstual, tanpa bermaksud melakukan generalisasi statistik. Fokus penelitian diarahkan pada satu UMKM mikro sektor kuliner di Kota Medan yang mulai memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pemasarannya. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2025, dengan mempertimbangkan relevansi lokasi penelitian di lingkungan kampus Politeknik Negeri Medan sebagai ekosistem UMKM mikro yang dinamis dan berbasis interaksi langsung dengan konsumen mahasiswa.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi terstruktur dengan satu pelaku UMKM, observasi langsung terhadap aktivitas usaha, serta dokumentasi berupa artefak digital seperti unggahan media sosial dan interaksi dengan pelanggan. Seluruh data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data secara naratif deskriptif, serta penarikan kesimpulan secara tematik (Miles & Huberman, 1994). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian diposisikan sebagai hasil eksplorasi kontekstual yang bertujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika transformasi digital UMKM mikro, bukan sebagai dasar penarikan kesimpulan yang bersifat general atau kausal (Creswell & Poth, 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian diperoleh melalui analisis tematik terhadap data wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi digital pada satu UMKM mikro sektor kuliner. Analisis menghasilkan tiga tema utama yang merepresentasikan dinamika transformasi digital yang dialami subjek penelitian, yaitu penerapan teknologi digital, tantangan dalam mencapai kemandirian usaha, dan strategi awal menuju peningkatan daya saing. Temuan menunjukkan bahwa transformasi digital telah mulai dilakukan, namun masih berada pada tahap awal dan bersifat terbatas sesuai dengan kapasitas sumber daya yang dimiliki pelaku usaha.

Tema pertama berkaitan dengan penerapan teknologi digital. Subjek penelitian memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana utama promosi dengan mengunggah konten produk secara rutin. Akun usaha telah memiliki sekitar 500 pengikut yang sebagian besar berasal dari lingkungan kampus. Penggunaan media sosial ini

berkontribusi pada peningkatan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan informasi produk. Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital belum terintegrasi dengan platform e commerce atau sistem pembayaran digital secara optimal, sehingga dampaknya terhadap perluasan pasar masih terbatas pada skala lokal.

Tema kedua berkaitan dengan tantangan kemandirian usaha. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha, khususnya untuk investasi peralatan pendukung digitalisasi seperti mesin pencetak label dan kemasan. Selain itu, keterbatasan literasi digital menyebabkan pelaku usaha belum mampu mengelola pemasaran digital secara strategis. Kondisi ini mengakibatkan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap konsumen yang datang langsung ke lokasi usaha di lingkungan kampus, sehingga fleksibilitas usaha dalam menghadapi fluktuasi permintaan masih rendah.

Tema ketiga berfokus pada strategi awal menuju daya saing yang lebih luas. Subjek penelitian memiliki visi untuk memperluas pasar ke tingkat nasional melalui platform digital pada tahun 2025. Strategi inovatif yang direncanakan meliputi pengembangan varian produk dengan kombinasi cita rasa lokal dan internasional serta pemanfaatan platform perdagangan digital seperti TikTok Shop. Strategi ini masih bersifat perencanaan, namun mencerminkan adanya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi produk dan kanal distribusi digital sebagai prasyarat peningkatan daya saing.

Ringkasan temuan tematik disajikan pada Tabel 4.1 untuk memperjelas hubungan antara tema utama, deskripsi empiris, dan implikasinya terhadap perkembangan UMKM mikro.

Tabel 4.1 Ringkasan Temuan Tematik Penelitian

Tema	Deskripsi Utama	Implikasi terhadap UMKM
Adopsi Teknologi Digital	Pemanfaatan media sosial dasar; belum terintegrasi dengan e commerce	Peningkatan visibilitas lokal
Tantangan Kemandirian	Keterbatasan modal dan literasi digital; ketergantungan pasar kampus	Hambatan ekspansi usaha
Strategi Daya Saing	Inovasi produk dan rencana ekspansi digital	Potensi pertumbuhan berskala nasional

(Sumber: Analisis tematik peneliti, 2025)

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM mikro berlangsung secara bertahap dan sangat dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya.

Hasil ini sejalan dengan konsep transformasi digital yang menekankan bahwa adopsi teknologi pada UMKM tidak bersifat instan, melainkan merupakan proses adaptif yang dipengaruhi oleh konteks usaha dan kemampuan internal pelaku usaha (Oktaviani & Prakoso, 2023). Pemanfaatan Instagram sebagai alat pemasaran mencerminkan bentuk adopsi digital paling dasar yang umum ditemukan pada UMKM mikro.

Jika dikaitkan dengan teori daya saing Porter, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital berpotensi meningkatkan posisi kompetitif UMKM melalui diferensiasi dan perluasan akses pasar. Namun, pada kasus UMKM mikro ini, dampak terhadap daya saing masih terbatas pada peningkatan eksposur lokal dan belum mampu mengurangi tekanan persaingan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital tanpa dukungan modal dan kapabilitas yang memadai belum cukup untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Porter, 1985).

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Evangeulista et al. (2023) yang menyatakan bahwa UMKM yang memanfaatkan media sosial mengalami peningkatan visibilitas, namun belum tentu mengalami peningkatan kinerja usaha secara signifikan apabila tidak didukung oleh integrasi sistem bisnis digital. Penelitian Annisa et al. (2023) juga menegaskan bahwa transformasi digital UMKM memerlukan perubahan pola pikir dan peningkatan literasi digital agar teknologi dapat dimanfaatkan secara strategis, bukan sekadar sebagai alat promosi.

Keterbatasan modal dan literasi digital yang ditemukan dalam penelitian ini juga sejalan dengan perspektif resource dependence theory, yang menyatakan bahwa organisasi kecil sangat bergantung pada lingkungan eksternal untuk memperoleh sumber daya penting. Dalam konteks ini, keterlibatan pemerintah, institusi pendidikan, dan platform digital menjadi faktor kunci dalam memperkuat kapasitas UMKM mikro untuk bertransformasi secara digital (Zaelani, 2020). Tanpa dukungan tersebut, upaya transformasi cenderung berjalan lambat dan tidak optimal.

Penting untuk ditegaskan bahwa temuan penelitian ini bersifat lokal dan kontekstual, karena hanya didasarkan pada satu studi kasus UMKM mikro sektor kuliner. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara luas, melainkan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika transformasi digital pada level usaha mikro. Meskipun demikian, temuan ini memberikan gambaran empiris yang relevan tentang tantangan dan peluang transformasi digital UMKM mikro di lingkungan kampus dan perkotaan.

Hasil dan pembahasan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM mikro, namun keberhasilannya sangat bergantung pada kesiapan sumber daya, literasi digital, dan dukungan ekosistem. Penelitian ini melengkapi literatur sebelumnya dengan memberikan perspektif mikro dan kualitatif mengenai proses adaptasi digital UMKM, yang sering kali luput dari kajian berskala makro dan kuantitatif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi digital pada UMKM mikro sektor kuliner berlangsung secara bertahap dan kontekstual, dengan tingkat adopsi teknologi yang masih berada pada fase awal. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya teknologi digital dalam mendukung keberlangsungan usaha. Namun, keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, serta belum terintegrasinya sistem bisnis digital menjadi faktor utama yang menghambat tercapainya kemandirian usaha dan peningkatan daya saing secara berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital UMKM mikro tidak dapat dilepaskan dari kesiapan sumber daya internal dan dukungan lingkungan eksternal, serta tidak dapat digeneralisasi secara luas karena penelitian ini berbasis pada satu studi kasus dengan karakteristik lokal yang spesifik.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan ekosistem pendukung transformasi digital UMKM mikro melalui program pelatihan literasi digital yang aplikatif, pendampingan bisnis berkelanjutan, serta akses pembiayaan yang lebih inklusif. Pelaku UMKM disarankan untuk mengembangkan strategi digital secara bertahap dan realistis sesuai dengan kapasitas usaha, dengan fokus pada integrasi pemasaran digital dan inovasi produk. Bagi pembuat kebijakan dan institusi pendidikan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang intervensi yang lebih kontekstual dan berbasis kebutuhan nyata UMKM mikro. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak subjek dan sektor usaha guna memperkaya pemahaman mengenai variasi strategi transformasi digital UMKM serta meningkatkan relevansi temuan dalam konteks yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Annisa, R., Sabaruddin, R., Rahayuningsih, P. A., & Winnarto, M. N. (2023). Pemanfaatan transformasi digital mindset dalam kewirausahaan UMKM untuk pengembangan ekonomi lokal. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 78–81. <https://doi.org/10.32699/sorot.v2i2.4855>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dwi Oktareza, A. N., Noor, A., Saputra, E., & Yulianingrum, A. V. (2024). *Transformasi digital 4.0: Inovasi yang menggerakkan perubahan global*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12742216>
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16, 1–16.
- Evrianti, H., Wanti, S., & Wulandari, P. (2025). Influencer marketing and purchase intention: The mediating role of trust. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(3), 545–555. <https://doi.org/10.17358/IJBE.11.3.545>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Oktaviani, E., & Prakoso, A. W. I. (2023). Transformasi digital dan strategi manajemen. *Jurnal Manajemen Strategi*, 16, 45–58.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi digital dan pertumbuhan UMKM: Analisis dampak teknologi pada kinerja usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i2.475>
- Zaelani, I. R. (2020). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *TRANSBORDERS: International Relations Journal*, 3(1), 15–34. <https://doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746>