

PENGARUH E-COMMERCE DAN INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP PERTUMBUHAN DAN PENINGKATAN DAYA SAING UMKM (STUDI KASUS UMKM DI KOTA SOLO)

M. Dzaki Abdillah¹, Mirzam Arqy Ahmadi²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

¹b100210344@student.ums.ac.id

Abstract

The digital era has brought significant changes to various sectors, including the business world, through technological innovations such as e-commerce. MSMEs play a crucial role in the national economy; however, the adoption of e-commerce and technological innovation among Indonesian MSMEs remains low. This study aims to analyze the impact of e-commerce and technological innovation on the growth and competitiveness of MSMEs in Solo City. The research employs a qualitative descriptive method with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews and direct observations of MSME practitioners selected through purposive sampling. Secondary data were obtained from credible literature. The analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that digitalization through e-commerce helps MSMEs expand their markets, enhance operational efficiency, and strengthen competitiveness. MSMEs that utilize digital technology experience increased revenue and productivity, although they still face challenges such as limited digital infrastructure and low technological literacy. Digitalization also contributes to local economic development by extending market reach to national and international levels. However, government support is perceived as suboptimal, particularly in providing digital facilities, training, and funding. This study provides an in-depth overview of the positive impacts of digitalization but is limited in its geographical scope, focusing solely on Solo City. Broader studies are needed to understand conditions in other regions and identify more effective strategies to enhance MSME competitiveness in the digital era.

Keywords: E-commerce, Technological Innovation, MSMEs

Abstrak

Era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk dunia bisnis, melalui inovasi teknologi seperti e-commerce. UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional, namun adopsi e-commerce dan inovasi teknologi di kalangan UMKM Indonesia masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-commerce dan inovasi teknologi

Article History

Received: January 2025

Reviewed: January 2025

Published: January 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

terhadap pertumbuhan dan daya saing UMKM di Kota Solo. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung pada pelaku UMKM yang dipilih secara *purposive* sampling. Data sekunder berasal dari literatur terpercaya. Analisis dilakukan melalui reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, melalui *e-commerce*, membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing. UMKM yang memanfaatkan teknologi digital merasakan peningkatan pendapatan dan produktivitas, meskipun masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan infrastruktur digital dan rendahnya literasi teknologi. Digitalisasi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dengan memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat nasional dan internasional. Namun, dukungan pemerintah dirasa belum optimal, terutama dalam penyediaan fasilitas digital, pelatihan, dan pendanaan. Penelitian ini memberikan gambaran mendalam tentang dampak positif digitalisasi, tetapi memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah penelitian yang hanya terfokus di Kota Solo. Kajian lebih luas diperlukan untuk memahami kondisi di wilayah lain dan mengidentifikasi strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: *E-commerce*, Inovasi Teknologi, UMKM

LATAR BELAKANG

Di era modern, berbagai inovasi teknologi terus bermunculan, mengejutkan banyak orang. Salah satu yang paling berpengaruh di berbagai sektor kehidupan adalah *e-commerce*, sebuah *marketplace* yang tidak memiliki bentuk fisik dan seluruh aktivitasnya dilakukan secara *online*. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam bentuk *e-commerce*, telah membawa perubahan signifikan pada dunia bisnis. *E-commerce* membuka peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta meraih keuntungan ekonomi yang lebih besar. Belakangan ini, perhatian terhadap peran *e-commerce* dalam mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM semakin meningkat. Banyak penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara penggunaan *e-commerce* dan perkembangan ekonomi UMKM. Sebagai contoh, penelitian oleh (Chen dan Tseng, 2018) menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan UMKM di Taiwan. Di Nigeria, studi oleh (Oramah & Ahunwan, 2019) juga mengungkapkan bahwa *e-commerce* membantu meningkatkan akses pasar, menurunkan biaya transaksi, serta memperkuat daya saing UMKM. Namun, tidak semua penelitian sepakat mengenai dampak positif *e-commerce* terhadap perkembangan ekonomi UMKM. Misalnya, studi

oleh (Ali, Irani, dan Abdollahian, 2017) di Iran menemukan bahwa beberapa UMKM yang menggunakan *e-commerce* justru mengalami penurunan pertumbuhan. Mereka mengaitkan hal ini dengan keterbatasan keahlian teknologi, kesulitan akses modal, serta kurangnya infrastruktur yang mendukung, yang bisa menjadi penghalang bagi kemajuan UMKM.

UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menyumbang pada Produk Domestik Bruto (PDB). Meskipun peluang *e-commerce* sangat besar, adopsinya di kalangan UMKM Indonesia masih tergolong rendah. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam guna memahami bagaimana *e-commerce* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM di Indonesia.

E-commerce, atau perdagangan digital, kini menjadi salah satu penggerak utama transformasi ekonomi global, membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar (Ardianto et al., 2024). Perubahan ini berjalan seiring dengan semakin luasnya akses terhadap internet dan teknologi digital, yang memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas serta memanfaatkan berbagai alat digital untuk mengoptimalkan kinerja bisnis mereka (Sifwah et al., 2024). Dampak *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Pertama, *e-commerce* memberikan kesempatan bagi UMKM untuk merambah pasar yang lebih luas dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan metode konvensional. Penelitian (Tirtayasa et al., 2021) menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan platform *e-commerce* mampu mengurangi biaya pemasaran dan distribusi sekaligus meningkatkan akses ke calon pelanggan dari berbagai wilayah. Lebih dari itu, *e-commerce* juga membantu UMKM melakukan promosi lebih efektif melalui berbagai kanal digital seperti media sosial dan iklan berbayar (Arfan et al., 2022). Namun demikian, adopsi *e-commerce* di kalangan UMKM juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu kendala utama adalah minimnya infrastruktur digital, khususnya di daerah-daerah terpencil. (Fadhillah & Yuniarti, 2023) mencatat bahwa UMKM di wilayah pedesaan sering kali menghadapi keterbatasan dalam akses internet cepat dan perangkat teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis *online*. Selain itu, rendahnya literasi digital dan keterampilan teknis di kalangan pemilik serta karyawan UMKM juga menjadi hambatan yang signifikan dalam memanfaatkan *e-commerce* secara optimal (Nasila et al., 2024).

Selain itu, inovasi teknologi juga memainkan peran krusial dalam membentuk daya saing UMKM. Berdasarkan studi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, hanya sekitar 20% UMKM yang telah mengimplementasikan sistem otomatisasi dan analisis data dalam operasional mereka. Faktor-faktor ini menimbulkan kebutuhan mendalam untuk mengkaji bagaimana *e-commerce* dan inovasi teknologi dapat diintegrasikan secara optimal untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *e-commerce* terhadap perkembangan ekonomi UMKM di Indonesia melalui kajian literatur. Dengan menyatukan temuan dan perspektif dari berbagai penelitian terdahulu, diharapkan penelitian ini mampu memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana *e-commerce* memengaruhi pertumbuhan ekonomi UMKM. Hasilnya diharapkan dapat menawarkan rekomendasi kebijakan serta

panduan praktis bagi pemerintah, asosiasi UMKM, dan para pemangku kepentingan lainnya untuk memperluas serta mengoptimalkan adopsi *e-commerce* di kalangan UMKM secara lebih efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce

Ada berbagai pandangan terkait definisi *e-commerce* atau Perdagangan Elektronik. Menurut Grandon dan Pearson (2004), *e-commerce* diartikan sebagai proses jual beli produk atau layanan melalui jaringan data elektronik, khususnya internet dan *world wide web*. Sementara itu, McKay dan Marshall, seperti yang dikutip dalam (Ramanathan et al. 2012), menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komputer (termasuk internet) untuk menjalankan bisnis, mulai dari membeli, menjual, hingga pertukaran produk, layanan, dan informasi.

Selain itu, (Kalakota et al.,) sebagaimana yang disebutkan dalam (Maryama, 2013), mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa sudut pandang, yaitu: 1). Perspektif Komunikasi: *E-commerce* merupakan transmisi informasi, produk atau layanan, serta pembayaran melalui telepon, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. 2). Perspektif Proses Bisnis: *E-commerce* adalah penerapan teknologi untuk mengotomatisasi transaksi dan aliran kerja dalam suatu perusahaan. 3). Perspektif Layanan: *E-commerce* berfungsi sebagai alat yang membantu perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam mengurangi biaya layanan sambil meningkatkan kualitas produk serta kecepatan pelayanan. 4). Perspektif *Online*: *E-commerce* mencakup aktivitas jual beli produk dan informasi melalui internet serta layanan *online* lainnya. Dengan berbagai perspektif ini, *e-commerce* dapat dipahami sebagai fenomena bisnis digital yang mencakup berbagai aspek komunikasi, layanan, proses bisnis, dan perdagangan *online*.

Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah langkah yang diambil oleh pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dalam dunia bisnis. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Paulus & Wardhani (2018) dan Muthafer & Assegaf (2014), terdapat hubungan signifikan antara inovasi teknologi dan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan.

UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) biasanya dikenal dengan skala operasional yang terbatas. (Menurut Ramanathan et al., 2012), UMKM memiliki peran krusial dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan dengan aset \leq Rp 50 juta dan omzet \leq Rp 300 juta. Sementara itu, usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, tidak terafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar, dengan kriteria aset Rp 50 juta $<$ aset \leq Rp 500 juta dan omzet Rp 300 juta sampai \leq Rp 2,5 miliar.

(Niode, 2009) mengidentifikasi beberapa kendala yang sering dihadapi oleh UMKM, antara lain: (1) tantangan dalam pemasaran, (2) keterbatasan akses finansial, (3) keterbatasan sumber daya manusia (SDM), (4) masalah bahan baku, (5) keterbatasan teknologi, (6) kemampuan manajerial yang kurang, dan (7) kemitraan yang kurang optimal. Namun, di balik tantangan tersebut, UMKM memiliki kekuatan seperti: (1) kemampuan untuk menciptakan

usaha baru yang kreatif, (2) kemampuan berinovasi, (3) ketergantungan usaha besar terhadap usaha kecil, dan (4) daya tahan yang kuat dalam menjalankan usaha.

Peneliti terdahulu yang relevan dengan judul “Pengaruh *E-commerce* dan Inovasi Teknologi terhadap Pertumbuhan dan Peningkatan Daya Saing UMKM (Studi Kasus UMKM di kota Solo)”

No.	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	(Ahmadi et al., 2024)	Strategi Pemasaran Digital Menggunakan <i>Influencer Marketing</i> dalam pembuatan Video Promosi Outlet Oleh-Oleh.	Kedua artikel ini sama-sama membahas terkait dengan inovasi teknologi terhadap peningkatan pendapatan UMKM	Pada penelitian (Ahmadi et al., 2024) lebih mengarah pada strategi pemasaran menggunakan <i>influencer</i> sebagai strategi yang digunakan. Sedangkan pada penelitian ini hanya strategi pemasaran dengan memanfaatkan media <i>e-commerce</i> .
2	(Kondojo et al., 2023)	Model <i>e-commerce</i> Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara	Kedua artikel ini memiliki fokus yang sama yaitu pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan daya saing UMKM	Pada penelitian terdahulu lebih membahas pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan kualitas SDM dengan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan sedangkan pada penelitian ini lebih membahas pengaruh <i>e-commerce</i> dan inovasi teknologi terhadap peningkatan daya saing pada UMKM
3	(Massora et al., 2024).	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Tana Toraja	Kedua penelitian ini sama-sama membahas upaya dalam meningkatkan daya saing UMKM	Pada peneliti terdahulu berfokus pada analisis strategi pemasaran apa yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM sedangkan pada penelitian ini berfokus pada analisis <i>e-</i>

				<i>commerce</i> dan inovasi teknologi dapat meningkatkan daya saing pada UMKM
4	(Wahyuni et al., 2023).	Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Sandalku <i>Handmade</i>	Kedua penelitian ini memiliki fokus yang sama yaitu cara pemanfaatan inovasi dalam meningkatkan daya saing pada UMKM	Pada peneliti terdahulu hanya berfokus pada pemanfaatan Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Sedangkan penelitian ini membahas pengaruh <i>e-commerce</i> dan inovasi dalam pertumbuhan dan daya saing UMKM
5	(Putra et al., 2023).	Analisis Pengaruh <i>E-commerce</i> : Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM.	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan konsep literatur <i>review</i>	Pada penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap pertumbuhan UMKM Sedangkan penelitian ini membahas pengaruh <i>e-commerce</i> dan inovasi teknologi pada pertumbuhan UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi pemahaman, motivasi, dan pengalaman komunikasi seputar pengaruh media sosial terhadap strategi pemasaran. Pendekatan fenomenologis diterapkan, dengan fokus pada pengalaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial guna meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung untuk mendapatkan informasi yang akurat, serta wawancara mendalam dengan informan atau pelaku UMKM sebagai subjek penelitian. Data sekunder dikumpulkan dari sumber terpercaya seperti literatur, jurnal, dan artikel, yang diperoleh melalui media perantara. Analisis data melibatkan tahap reduksi, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Penelitian ini bersifat sampel dan hasilnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih luas. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive* sampling, di mana peneliti memilih pelaku UMKM yang sesuai dengan kriteria relevan terhadap topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana Pengaruh Digitalisasi Pada UMKM Di Kota Surakarta

Melalui wawancara dengan informan dan observasi langsung di lapangan, ditemukan bahwa kehadiran platform digital seperti *e-commerce* telah membantu UMKM memperluas cakupan pasar mereka. Digitalisasi pemasaran menjadi sangat penting bagi UMKM karena memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak konsumen, mengurangi biaya operasional, serta membuka jalur komunikasi langsung dengan pelanggan. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan data untuk menyempurnakan strategi bisnis, meningkatkan kesadaran merek, serta mengelola pertumbuhan usaha dengan lebih fleksibel dan efisien. Digitalisasi tidak hanya membuat UMKM lebih kompetitif tetapi juga lebih tanggap terhadap perubahan pasar. Ini memberi peluang bagi produk lokal untuk dikenal oleh audiens yang lebih luas. Lebih dari itu, digitalisasi mendorong UMKM untuk menciptakan produk-produk yang inovatif. Dengan digitalisasi, UMKM dapat menggunakan sistem manajemen yang lebih efektif. Teknologi digital juga memfasilitasi kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemasok, distributor, hingga pelanggan. Ini juga membuka peluang untuk membangun jaringan dan kemitraan yang saling menguntungkan. Dita, seorang pelaku UMKM di Kota Surakarta, mengungkapkan: "Saat ini, toko saya lebih fokus menggunakan platform digital seperti *WhatsApp* atau dikenal sebagai *reseller*, karena lebih ramai dan banyak pembeli dari luar Solo, bahkan dari luar Jawa. Jadi, saya lebih memilih jualan *online* daripada *offline* yang belum tentu mendatangkan banyak pembeli."

Bagaimana Pengaruh Digitalisasi UMKM Terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal di Kota Surakarta

Pengembangan ekonomi lokal di Kota Surakarta dapat semakin optimal jika para pedagang UMKM turut berpartisipasi aktif, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Digitalisasi UMKM memainkan peran kunci dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan memasarkan produk secara *online*, UMKM tidak lagi hanya bergantung pada konsumen lokal, tetapi dapat memperluas jangkauannya hingga ke seluruh penjuru negeri bahkan ke pasar internasional. Para pedagang akan merasakan peningkatan pendapatan yang signifikan, terutama jika dibandingkan antara sebelum dan sesudah memanfaatkan platform digital. Peningkatan ini secara langsung berdampak pada kesejahteraan masyarakat sekitar, serta peningkatan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi. Di Benteng *Trade Center* (BTC), sebagai pusat perdagangan utama di Kota Surakarta, dampak positif digitalisasi ini sangat terasa, dengan semakin banyak UMKM yang berkembang dan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih dinamis dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Joni, seorang pedagang di BTC, yang menyatakan: "Pemanfaatan digitalisasi bikin pedagang lebih sejahtera. Di saat ekonomi sedang sulit seperti sekarang, salah satu solusi adalah menyeimbangkan, kalau *offline* sepi, ya jualan *online*. Penghasilan jelas berubah setelah pakai digitalisasi, lebih nyaman *online* sebenarnya."

Bagaimana Peran Pemerintah Pada UMKM Menghadapi Digitalisasi Di Kota Surakarta

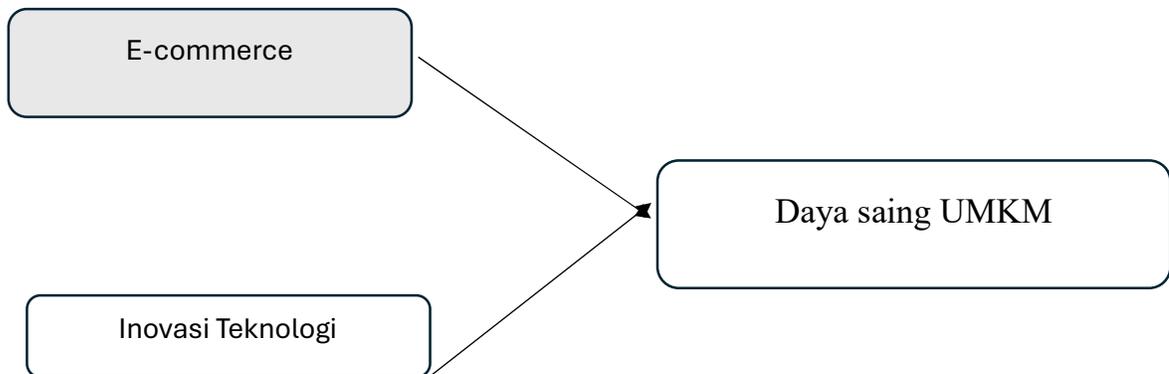
Peran pemerintah sekitar dalam mendukung UMKM menghadapi era digitalisasi di Kota Surakarta seharusnya sangat signifikan. Namun, berdasarkan data yang penulis peroleh dari wawancara di lapangan, tampak bahwa dukungan pemerintah dalam hal ini sama sekali tidak ada. Ini termasuk pengelolaan fasilitas seperti *wifi*, penyediaan modal, dan pelatihan bagi para

pedagang terkait digitalisasi produk, yang semuanya belum diberikan oleh pemerintah Kota Surakarta kepada pedagang di Solo Raya. Pernyataan Joni, seorang pedagang di Kota Surakarta, semakin memperkuat fakta ini. Ia menyampaikan, "Saya tidak mendapatkan pendanaan dari pemerintah; saya mengandalkan uang pribadi dan belajar secara otodidak. Saya berharap pemerintah mempertimbangkan kembali penutupan TikTok Shop, karena itu sangat berdampak bagi pedagang, sementara konsumen justru banyak beraktivitas di TikTok Shop. Semoga ke depan pemerintah tidak menutup TikTok Shop sebagai platform jual-beli *online*."

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemerintah seharusnya lebih aktif dalam memberikan dukungan dan fasilitas bagi UMKM agar mereka dapat beradaptasi dan berkembang dalam era digital ini.

KERANGKA BERPIKIR

Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka, peneliti terdahulu, maupun hasil dan pembahasan yang diberikan. Maka pandangan peneliti terkait dengan penelitian ini, diperoleh gambaran kerangka berpikir seperti dibawah ini:



KESIMPULAN

Digitalisasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kota Surakarta. Kehadiran platform digital, seperti *e-commerce*, tidak hanya membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mendorong inovasi produk dan strategi bisnis yang lebih adaptif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan pendapatan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Meskipun demikian, dukungan pemerintah masih diperlukan untuk memastikan UMKM dapat beradaptasi dengan baik dalam era digital. Tanpa adanya fasilitas, pelatihan, dan modal yang memadai, potensi penuh dari digitalisasi tidak dapat tercapai. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk meningkatkan upaya dalam mendukung UMKM agar mereka dapat bersaing dan berkembang di tengah perubahan yang cepat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Rosmitha, S. N. (2022). *Peran Digitalisasi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Dan Sustainability UMKM Kuliner Di Era New Normal Perspektif Etika Bisnis Islam*.
- Ahmadi, M. A., Shobahiya, M., Prakosa, B. P., Hidayah, J. N., & Sulistianingsih, E. (2024). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN INFLUENCER MARKETING DALAM PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OUTLET OLEH-OLEH. *MUJAHADA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-17.
- Du, J., Li, N. N., & Luo, Y. J. (2020). *Authoritarian Leadership in Organizational Change and Employees' Active Reactions: Have-to and Willing-to Perspectives*. 10(February), 1–8.
- Sari, E. K., & Ahmadi, M. A. (2025). Kapasitas UMKM: Peran Teknologi Digital Dalam Pemberdayaan UMKM Desa Jarum. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 6(1), 42-50.
- Journal, D., & Management, O. F. (2021). *No Title*. 10, 1–12.
- Nurchaya, W. A., & Ahmadi, M. A. (2024). Analisis Penggunaan Digital Marketing sebagai Metode Pemasaran untuk Menarik Pelanggan dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1090-1099. Melalui, P., Sebagai, M., & Intervening, V. (2024). *MES Management Journal*. 3, 524–536.
- Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292-306.
- Devintasari, F. (2024). Pengaruh Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Pedagang Benteng Trade Center (BTC) Kota Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Nasution, A. (2023). *Pengaruh Perubahan Dalam Sistem Organisasi Perusahaan Dalam Meningkatkan Mutu Yang Berkualitas Bagi Karyawan*. 1(2), 222–236.
- Algiffari, R. F., Putri, L. A., Mujayanah, A., Abdillah, A. F., & Rosyani, P. (2023). *Pengaruh Implementasi Aplikasi Kewirausahaan Terhadap Produktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(6), 313-319.
- Massora, J. L., Batara, M., & Pundissing, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Tana Toraja. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10784-10799
- Pemalang, R. M. A. (2023). *Pengaruh Retensi Karyawan, Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap Keinginan Berpindah Kerja Perawat*. 5(1), 34–43.
- Wahyuni, N. D. W. N. D., & Kusumasari, I. R. (2023). PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM SANDALKU HANDMADE. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 282-298.
- Putra, S. Z., Harianto, S. T., & Matondang, Y. C. (2023). Analisis Pengaruh E-commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 119-131.
- Kondoj, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. *Technomedia Journal*, 8(2 Oktober), 221-234.