

**SYSTEMATIC REVIEW OF STRATEGIES, CHALLENGES, AND
IMPROVEMENTS IN THE COMPETITIVENESS OF MSMEs IN INDONESIA**

**TINJAUAN SISTEMATIS TENTANG STRATEGI, TANTANGAN, DAN
PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI INDONESIA**

Mohamad Irfan¹, Abdurrohimi², Agus Usman³, M Irfan Nst⁴

Universitas Jenderal Achmad Yani^{1,2,3}

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara⁴

mohamadirfan@mn.unjani.ac.id¹

ABSTRACT

This Systematic Literature Review affirms the critical role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia's economy, highlighting their significant contributions to GDP and employment. Synthesizing findings from ten recent studies (2021-2024), this paper examines the multidimensional challenges—both internal and external—confronting MSMEs. It identifies key strategic responses, encompassing digital marketing adoption, product innovation, operational and human resource management development, and collaborative government-institutional support. The study concludes that synergistic implementation of these strategies is imperative for enhancing competitive advantage, business resilience, and market expansion. These findings provide a clear directive for policy formulation and a valuable foundation for future research, bridging the gap between academic insight and practical application in the digital era.

Keywords: Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs), Indonesia, managerial strategies, structural challenges, digital adaptation, Systematic Literature Review.

ABSTRAK

Tinjauan literatur sistematis ini menegaskan peran kritis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Mensintesis temuan dari sepuluh studi terkini (2021-2024), makalah ini mengkaji tantangan multidimensional—internal dan eksternal—yang dihadapi UMKM. Kajian ini mengidentifikasi respons strategis kunci, yang meliputi adopsi pemasaran digital, inovasi produk, pengembangan manajemen operasional dan SDM, serta dukungan kolaboratif pemerintah dan lembaga. Simpulan penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi-strategi tersebut secara sinergis sangat penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, ketahanan bisnis, dan ekspansi pasar. Temuan ini memberikan arahan jelas bagi perumusan kebijakan dan landasan berharga bagi penelitian lanjutan, menjembatani kesenjangan antara wacana akademis dan penerapan praktis di era digital.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Indonesia, strategi manajerial, tantangan struktural, adaptasi digital, tinjauan literatur sistematis.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental perekonomian Indonesia, dengan kontribusi mencapai 60,5% terhadap PDB dan menyerap 97% dari total tenaga kerja (Aprieni et al., 2024). Meskipun jumlah unit usahanya mendominasi (99%), UMKM masih menghadapi tantangan kompleks, seperti akses modal terbatas, infrastruktur tidak memadai, dan kapasitas pemasaran yang lemah (Yolanda, 2024).

Ketahanan UMKM, yang terbukti selama krisis, bersumber pada fleksibilitas organisasi, proaktivitas, dan kemampuan beradaptasi dengan menerapkan strategi emergent (Aprieni et al., 2024). Oleh karena itu, pendekatan kebijakan tidak hanya perlu menyentuh aspek struktural, tetapi juga pengembangan karakter kewirausahaan.

Di era digital, transformasi menjadi keniscayaan untuk menjaga daya saing. Adopsi media sosial dan teknologi digital berperan sebagai alat pemasaran vital untuk memperluas

jangkauan dan membangun merek (Diniati et al., 2023). Namun, rendahnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya menjadi penghambat utama (Sitorus et al., 2025). Program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan, didukung pemerintah dan kolaborasi multipihak, sangat diperlukan untuk memastikan transformasi digital yang inklusif (Damayanti & Suwandi, 2025).

Berdasarkan konteks tersebut, tinjauan literatur sistematis ini bertujuan untuk, yaitu mengidentifikasi dan mengkategorikan strategi pengembangan UMKM, menganalisis tantangan multidimensional yang menghambat pertumbuhan UMKM, mengeksplorasi peran dan prospek adaptasi digital, merumuskan rekomendasi kebijakan berbasis bukti, dan mengidentifikasi kesenjangan penelitian untuk studi lanjutan.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini menyajikan sintesis komprehensif mengenai peran, tantangan, dan strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Fokus analisis meliputi kontribusi ekonomi, hambatan struktural, serta kerangka strategis dalam mendorong daya saing dan keberlanjutan UMKM di era digital.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dikategorikan berdasarkan batasan kekayaan bersih (aset di luar tanah dan bangunan) dan omset tahunan.

Tabel 1. Kriteria UMKM Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008

Kategori Usaha	Kriteria Aset (di luar tanah dan bangunan)	Kriteria Omzet Tahunan
Usaha Mikro	≤ Rp 50 juta	≤ Rp 300 juta
Usaha Kecil	> Rp 50 juta – Rp 500 juta	> Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar

Usaha Menengah	> Rp 500 juta – Rp 10 miliar	> Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar
----------------	------------------------------	--------------------------------

UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Data tahun 2018 menunjukkan kontribusi sebesar 61,07% terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja mencapai 97%. Sebanyak 99,9% unit usaha di Indonesia merupakan UMKM (Gunartin, 2017). Meskipun demikian, kontribusi terhadap ekspor nonmigas masih relatif rendah, yaitu 14,37% (Aprieni et al., 2024).

Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses modal, infrastruktur, kapasitas pemasaran, dan adopsi teknologi. Dalam konteks ekonomi kreatif, yang menekankan pada kreativitas dan inovasi berbasis budaya, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) menjadi aspek krusial untuk menjaga keunikan produk dan mencegah klaim oleh pihak asing (Sunarso, 2020; Pahlevi, 2017).

Berdasarkan prinsip *inimitable* dalam kerangka VRIO, keunikan budaya dan inovasi kreatif dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM (Anfas & Hidayanti, 2022). Oleh karena itu, strategi pengembangan harus mencakup tidak hanya dukungan permodalan dan pelatihan, tetapi juga edukasi dan fasilitasi HAKI untuk menjamin keberlanjutan dan daya saing global.

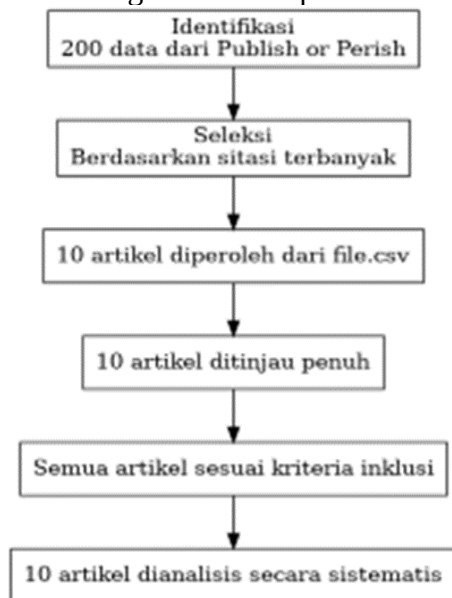
METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan metodologi *Systematic Literature Review* (SLR) yang diterapkan dalam penelitian. SLR dilakukan melalui identifikasi, evaluasi, dan sintesis sistematis terhadap literatur ilmiah terkait untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif dan terpercaya.

Proses pencarian literatur dilakukan menggunakan basis data akademik seperti Google Scholar dengan

bantuan perangkat Publish or Perish. Tahap awal mengumpulkan 200 artikel potensial, yang kemudian disaring melalui kriteria inklusi ketat menjadi 10 dokumen akhir berdasarkan tingkat sitasi dan relevansi tematik. Artikel-artikel terpilih dipublikasikan antara tahun 2021 hingga 2024 dan berfokus pada strategi manajemen, pemasaran, serta inovasi digital pada UMKM di Indonesia.

Proses seleksi dokumen mengikuti alur yang disederhanakan, di mana dari 200 data dari Publish or Perish kemudian dipilih berdasarkan sitasi terbanyak dan didapat 10 artikel diperoleh, semua sesuai kriteria inklusi, dan dianalisis secara sistematis. Diagram PRISMA berikut mengilustrasikan proses ini:



Gambar 1. Diagram PRISMA

Data dari setiap dokumen diekstraksi secara sistematis ke dalam beberapa kategori, meliputi: judul, ringkasan, metodologi, hasil penelitian, efek intervensi, pertanyaan penelitian, karakteristik populasi, rekomendasi kebijakan, dan agenda penelitian lanjutan. Analisis data dilakukan melalui pendekatan tematik dan komparatif untuk mengidentifikasi pola, tema, serta hubungan antar temuan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

Meskipun tinjauan ini memberikan sintesis mendalam, terdapat keterbatasan dalam cakupan literatur akibat jumlah dokumen yang dianalisis. Oleh karena itu, generalisasi temuan perlu dilakukan dengan kehati-hatian.

Kontekstualisasi tempa menunjukkan bahwa transformasi digital—seperti adopsi e-commerce dan pemasaran digital—berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi digital, infrastruktur terbatas, dan sumber daya yang minim masih menjadi penghambat utama. Implikasinya, penguatan ekosistem digital, peningkatan kapasitas, dan investasi infrastruktur menjadi elemen krusial dalam mendukung adaptasi digital UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis terhadap sepuluh dokumen terpilih, penelitian ini mengidentifikasi empat tema utama terkait perkembangan UMKM di Indonesia: strategi peningkatan daya saing, tantangan struktural, resiliensi usaha, dan adaptasi digital.

1. Strategi Peningkatan Daya Saing Studi menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital dan inovasi produk berperan pivotal dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM. Pemanfaatan media sosial terbukti efektif meningkatkan brand awareness dan perluasan jangkauan pasar, sebagaimana ditunjukkan pada studi kasus UMKM di Tangerang Selatan (Sifwah et al., 2024) dan Surabaya (Triwijayati et al., 2023). Inovasi produk kreatif, seperti yang diterapkan UMKM Tekat Tiga Dara di Pekanbaru, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan

- kinerja pemasaran (Budiarti & Kurniati, 2024).
2. Tantangan Struktural UMKM menghadapi kendala multidimensi yang meliputi: (1) keterbatasan akses permodalan akibat ketergantungan pada pembiayaan internal dan persyaratan agunan perbankan (Syamsulbahri, 2018; Muharam et al., 2023); (2) kapasitas SDM terbatas yang mempengaruhi pemahaman tata kelola keuangan dan pemasaran (PradonoTri et al., 2015); serta (3) infrastruktur dan akses pasar yang belum memadai (Sedyastuti, 2018).
 3. Adaptasi Digital dan Resiliensi Transformasi digital menjadi faktor kunci ketahanan usaha, khususnya selama pandemi COVID-19. Strategi adaptasi meliputi digitalisasi operasional, inovasi model bisnis, dan integrasi saluran online-offline (Ramadhan & Nafia, 2024).
- Keberhasilan transformasi memerlukan roadmap yang komprehensif dan dukungan ekosistem digital (Berliandaldo et al., 2021).
4. Implikasi Kebijakan dan Strategi Temuan menggaris bawahi perlunya pendekatan kolaboratif antara pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku usaha dalam mengatasi tantangan struktural. Program pelatihan literasi digital, penyederhanaan akses pendanaan, dan perlindungan kekayaan intelektual menjadi elemen krusial dalam peta jalan pengembangan UMKM.
 5. Tabel Ringkasan Studi
Berikut adalah ringkasan detail dari sepuluh artikel yang dianalisis dalam tinjauan literatur sistematis ini:

Tabel 2. Tabel Ringkasan Studi

Judul Artikel	Tahun Publikasi	Fokus Geografis	Metodologi Utama	Topik Utama
Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara	2023	Pekanbaru	Kualitatif	Pemasaran & Inovasi, Kinerja UMKM
Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Brand Awareness Pada UMKM Kota Tangerang Selatan di Era Digital	2024	Kota Tangerang Selatan	Kualitatif	Pemasaran Digital (Media Sosial), Brand Awareness
Analisis Faktor Penghambat UMKM di Kecamatan Cileungsi	2021	Kecamatan Cileungsi	Deskriptif (Survei)	Tantangan UMKM (Pemasaran, Keuangan), Profil UMKM
Strategi Inovasi dan Pemasaran Media	2023	Kota Surabaya	Kuantitatif	Strategi Inovasi, Pemasaran

Judul Artikel	Tahun Publikasi	Fokus Geografis	Metodologi Utama	Topik Utama
Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Kota Surabaya				Media Sosial, Keunggulan Kompetitif
Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kapuas Hulu	2024	Kabupaten Kapuas Hulu	Kualitatif	Tantangan UMKM (Pemasaran, HKI), Ekonomi Kreatif
Strategi Transformasi Digital UMKM Kerajinan Tangan pada Masa Pandemi Covid	2022	Kabupaten Gianyar	Kualitatif	Transformasi Digital, Resiliensi UMKM, Dampak Pandemi COVID-19
Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor	2020	Kabupaten Bogor	Kualitatif	Strategi Pemasaran (SWOT), Manajemen UMKM
Resource-Based View: Strategi UMKM di Sumatera Barat	2022	Sumatera Barat	Studi Literatur Empiris	Keunggulan Kompetitif (RBV-VRIO), Strategi Bisnis
Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang	2024	Kecamatan Serang, Serang	Kualitatif	Strategi Pengembangan UMKM, Ekonomi Kreatif, Tantangan UMKM
Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang	2020	Kota Tanjungpinang	Campuran	Dampak Pandemi COVID-19, Strategi Bertahan UMKM, Perubahan Pendapatan

Pembahasan

Temuan penelitian mengonfirmasi posisi strategis UMKM Indonesia yang dihadapkan pada dualitas antara potensi pertumbuhan dan kerentanan struktural. Meskipun adopsi pemasaran digital dan inovasi produk terbukti efektif meningkatkan daya saing, transisi digital masih terkendala oleh keterbatasan akses teknologi dan kapasitas adaptasi.

UMKM (Usaha Kecil Dan Menengah) di Indonesia menghadapi tantangan multidimensi di era digital, termasuk keterbatasan sumber daya keuangan, strategi pemasaran, dan literasi digital (Yunus, 2022). Namun, banyak UMKM kesulitan menerapkan teknologi digital karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan. Untuk mengatasi tantangan ini, para ahli merekomendasikan pendekatan holistik yang melibatkan pelatihan literasi digital, investasi infrastruktur, dan akses pendanaan (Dian Rahmawati et al., 2024). Mengadopsi strategi pemasaran digital dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan hubungan pelanggan (Hasaniyah et al., 2025). Dukungan pemerintah, sinergi antar pemangku kepentingan, dan adaptasi berkelanjutan terhadap kemajuan teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar global.

Strategi yang berhasil untuk keberlangsungan UMKM meliputi adopsi e-commerce, pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, dan optimalisasi hubungan pelanggan (Hardilawati, 2020). Digitalisasi telah menjadi krusial bagi ketahanan UMKM, tetapi banyak yang menghadapi tantangan akibat terbatasnya literasi digital (Sundah et al., 2021). Untuk mengatasi hal ini, program pelatihan dan lokakarya tentang pemasaran digital dan branding telah dilaksanakan. Selain itu,

pengembangan model bisnis adaptif melalui Inovasi Model Bisnis dan pembuatan peta jalan transformasi digital dapat membantu UMKM menghadapi tantangan di masa depan (Berliandaldo et al., 2021). Dukungan pemerintah, kolaborasi lintas sektor, dan inisiatif pengembangan kapasitas sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era pascapandemi (Aini et al., 2024).

Tantangan multidimensional—meliputi keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan hambatan pemasaran—memerlukan pendekatan holistik melalui sinergi triple helix antara pemerintah, sektor swasta, dan akademisi. Pelatihan literasi digital, fasilitasi pembiayaan, dan penguatan infrastruktur menjadi prasyarat fundamental untuk memastikan inklusivitas transformasi digital.

Keberhasilan UMKM tidak bersifat otomatis, melainkan hasil dari adaptasi berkelanjutan terhadap dinamika pasar. Implikasinya, kebijakan pendukung harus bersifat terintegrasi dan koheren, mengatasi keterkaitan antar tantangan melalui skema kolaboratif multipemangku kepentingan.

PENUTUP

Kesimpulan

Tinjauan literatur sistematis ini menyimpulkan bahwa UMKM merupakan pilar krusial perekonomian Indonesia yang menghadapi tantangan kompleks dalam realisasi potensinya. Strategi pemasaran digital dan inovasi produk terbukti efektif meningkatkan kinerja, namun implementasinya masih terkendala oleh hambatan struktural. Diperlukan pendekatan kebijakan yang komprehensif dan terkoordinasi untuk menciptakan ekosistem pendukung yang berkelanjutan.

Rekomendasi

Rekomendasi Kebijakan Berdasarkan Temuan Penelitian, Dirumuskan Lima Rekomendasi Kebijakan Strategis:

1. Penguatan Kapasitas Digital, melalui pelatihan literasi digital berbasis komunitas yang mengintegrasikan aspek teknis dan strategis.
2. Inovasi Pembiayaan, dengan pengembangan model pembiayaan mikro berbasis kolaboratif dan penyederhanaan persyaratan agunan.
3. Kolaborasi Akademik-Industri, untuk mendorong riset terapan dan inovasi produk yang sesuai kebutuhan pasar.
4. Perlindungan Kekayaan Intelektual, melalui pendampingan registrasi HAKI dan penegakan hukum preventif.
5. Pengembangan Ekosistem Terintegrasi, yang menyinergikan dukungan finansial, teknis, dan regulasi dalam kerangka kebijakan yang koheren.

Agenda Penelitian Lanjutan Identifikasi Kesenjangan Penelitian Merekomendasikan Empat Agenda Riset Prioritas:

1. Studi Komparatif, lintas sektor dan region untuk analisis kebijakan berbasis konteks spesifik.
2. Riset Kuantitatif Nasional, berskala besar untuk pemetaan komprehensif landscape UMKM Indonesia.
3. Penelitian Longitudinal, dampak transformasi digital terhadap sustainability usaha.
4. Evaluasi Efektivitas Kebijakan, melalui assessment berbasis outcome dan impact measurement.

Penguatan metodologi penelitian dan perluasan cakupan studi diperlukan untuk mendukung evidence-based policy making dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoirawati, N. (2024). Analisis Peluang Dan Tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan UMKM Di Indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2564–2571. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2842>
- Anfas, A., & Hidayanti, I. (2022). Keunggulan Bersaing UMKM Berbasis Sumber Daya di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 484–494. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3500>
- Aprieni, Meilantika, F. R., Sihotang, L., & S, F. V. R. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Berliandaldo, M., Wijaya Holman Fasa, A., Kholiyah, S., Chodiq, A., & Hendrix, T. (2021). Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Yang Adapti F Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Analis Kebijakan*, 4(2), 54–73. <https://doi.org/10.37145/jak.v4i2.468>
- Budiarti, E., & Kurniati, K. N. (2024). Developing Children's Creativity Through the TikTok Social Media Platf orm. *JPUD - Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 18(1), 154–169. <https://doi.org/10.21009/jpud.181.11>
- Damayanti, A., & Suwandi. (2025). Peningkatan Literasi Digital dan Pemasaran Online UMKM di Desa Karang Anyar. *JISOSEPOL*:

- Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(2), 452–459.
<https://doi.org/10.61787/erevww53>
- Dian Rahmawati, I., Sumarno, S., & Komala Sari, D. (2024). Digitalisasi Umkm dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 33–41.
<https://doi.org/10.51771/jukeshum.v4i1.720>
- Diniati, A., Sutarjo, M. A. S., & Primasari, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital bagi Pelaku UM KM Kabupaten Sumedang. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 553–561.
<https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.458>
- Gunartin, G. (2017). *Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*.
<https://doi.org/10.32493/eduka.v2i2.3764>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hasaniyah, A., Wahyuni, U., & Habibi, N. S. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(1), 952–961.
<https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41725>
- Muharam, H., Gursida, H., Hurdawaty, R., Asmana, Y., Hammad, H., & Suyatno, E. (2023). Sosialisasi Akses Permodalan Di UMKM Tajur Halang MAKmur Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 188–196.
<https://doi.org/10.53515/aijpkm.v4i1.95>
- Pahlevi, A. S. (2017). *Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Studi pada Pote nsi, Peluang dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Kota Malang)*.
- PradonoTri, P., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2015). *Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Promosi Terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran)*.
- Ramadhan, A. R., & Nafia, N. (2024). Strategi Adaptasi Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Masa Pandemi Dan Pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(2).
<https://doi.org/10.70197/jebisma.v2i2.73>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pa sar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
<https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>

- Sitorus, O. F., Ningsih, R. A., Andini, A., Rahmawati, N. A., & Alfari, M. Y. (2025). Mengatasi Tantangan Transformasi Digital Umkm: Tantangan Dan Solusi Melalui Kegiatan Pendampingan di Jakarta dan Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(6), 939–948. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2768>
- Sunarso, S. (2020). *Peran Kreativitas Dan Inovasi Usaha Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk UKM*. <https://doi.org/10.33370/PRC.V3I0.442>
- Sundah, P. M., Adeline, C., & Purba, H. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Langkah Mewujudkan Pemulihan dan Resiliensi Pelaku Usaha di Masa Pandemi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corpora Te Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1202–1206. <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v4i0.1228>
- Syamsulbahri, D. (2018). UMKM Dalam Perspektif Pembiayaan Inklusif Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 26(1), 59–76. <https://doi.org/10.14203/jep.26.1.2018.59-76>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yunus, R. M. (2022). Tantangan UMKM Dalam Memasuki Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1689–1698. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2624>