



## Peran Teknologi Informasi Dalam Transformasi Bisnis UMKM Daerah Depok

M Muhyiddin Nashir<sup>1\*</sup>, Budiman Arif Prasetyo<sup>2</sup>, Muhibban<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Hukum Ekonomi Syari'ah, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor

<sup>2</sup>Ekonomi Syari'ah, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor

[muhyiddinnasir@gmail.com](mailto:muhyiddinnasir@gmail.com), [arifbudimanprasetyo50@gmail.com](mailto:arifbudimanprasetyo50@gmail.com), [afaafu123@gmail.com](mailto:afaafu123@gmail.com)

### Abstrak

Teknologi informasi (TI) telah menjadi katalis penting dalam era digital untuk meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Laudon & Laudon, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran TI dalam mendukung transformasi bisnis UMKM di Kota Depok. Dengan pendekatan kualitatif, data diperoleh melalui studi literatur dan wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM lokal. Penelitian ini menemukan bahwa penerapan TI mampu meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan memperbaiki strategi pemasaran digital UMKM (Turban & Volonino, 2020). Namun, beberapa tantangan seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur, dan modal menjadi kendala dalam adopsi TI secara optimal (OECD, 2022). Rekomendasi strategis meliputi pelatihan digital, penyediaan akses TI, dan dukungan kebijakan untuk mendorong transformasi bisnis UMKM di Depok.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi informasi (TI) dalam transformasi bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Depok. Sebagai tulang punggung ekonomi nasional, UMKM memiliki potensi besar untuk tumbuh melalui adopsi TI, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan inovasi produk dan layanan. Namun, penerapan teknologi di kalangan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan modal yang tidak memadai. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji dampak TI terhadap transformasi bisnis UMKM melalui tinjauan literatur, studi kasus, dan data sekunder dari laporan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TI memainkan peran penting dalam transformasi bisnis UMKM. Teknologi seperti media sosial dan platform e-commerce telah membantu UMKM di Depok meningkatkan penjualan hingga 40%. Penggunaan perangkat lunak manajemen bisnis juga terbukti mengurangi biaya operasional hingga 30%. Namun, hanya sebagian kecil UMKM yang mampu memanfaatkan TI secara optimal karena tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan kurangnya pelatihan. Selain itu, ketimpangan akses internet di wilayah tertentu juga menjadi kendala dalam proses digitalisasi.

Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas dalam mempercepat transformasi digital UMKM. Pemerintah perlu memberikan dukungan berupa pelatihan, subsidi, dan infrastruktur yang memadai untuk mendorong adopsi TI. Dengan langkah-langkah strategis ini, UMKM di Kota Depok memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal dan global. Penelitian ini memberikan rekomendasi konkret bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang berfokus pada digitalisasi UMKM secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Teknologi Informasi, Transformasi Bisnis, UMKM, Kota Depok, Digitalisasi.

### PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama di tengah tantangan globalisasi dan digitalisasi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia, dengan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2023). Hal ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi yang harus terus diberdayakan, khususnya melalui pemanfaatan teknologi informasi (TI) yang semakin berkembang pesat.

Teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung, tetapi juga telah menjadi faktor penggerak utama transformasi bisnis di berbagai sektor ekonomi, termasuk UMKM. Dengan kemajuan teknologi seperti internet, media sosial, dan platform e-commerce, UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional,

memperluas akses pasar, serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif (Laudon & Laudon, 2019). Namun, pemanfaatan TI oleh UMKM di Indonesia, khususnya di Kota Depok, masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk literasi digital yang rendah dan keterbatasan infrastruktur teknologi (Depok Digital Center, 2023).

Di Kota Depok, UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat. Dengan lebih dari 50.000 unit usaha yang tersebar di berbagai bidang seperti makanan, kerajinan, dan jasa, UMKM di Depok berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (Kemenkop UKM, 2023). Namun, perkembangan ini belum diiringi dengan adopsi teknologi yang optimal. Berdasarkan survei lokal, hanya sekitar 30% UMKM di Depok yang telah memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, sementara sisanya masih mengandalkan cara-cara tradisional dalam operasional dan pemasaran mereka (Depok Digital Center, 2023).

Dalam era digital ini, transformasi bisnis berbasis TI menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk tetap kompetitif. Transformasi bisnis adalah proses perubahan mendasar dalam model bisnis, strategi, dan operasional untuk menciptakan nilai tambah baru (Kotler & Keller, 2016). Dengan memanfaatkan teknologi informasi, UMKM dapat mengotomasi proses operasional, memanfaatkan analitik data untuk pengambilan keputusan, serta menjangkau pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional (Deloitte, 2020).

Meskipun manfaat teknologi informasi sangat jelas, banyak pelaku UMKM di Depok masih menghadapi kendala besar dalam mengadopsi teknologi. Tantangan utama meliputi rendahnya literasi digital, kurangnya akses ke infrastruktur teknologi seperti internet cepat, serta keterbatasan modal untuk investasi teknologi (Kominfo, 2023). Selain itu, kurangnya dukungan kebijakan yang terarah dari pemerintah daerah turut menjadi hambatan dalam mendorong transformasi bisnis UMKM secara berkelanjutan (PwC Indonesia, 2023).

Penelitian ini berfokus pada peran teknologi informasi dalam transformasi bisnis UMKM di Kota Depok. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi informasi dapat membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing, namun literatur tentang implementasinya secara spesifik di Depok masih terbatas (Haryanto, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya akan mengidentifikasi manfaat teknologi informasi, tetapi juga mengeksplorasi tantangan serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pemanfaatannya di kalangan UMKM Depok.

Selain itu, penting untuk memahami karakteristik UMKM di Kota Depok, baik dari segi peluang maupun hambatannya. Kota ini memiliki potensi besar untuk menjadi pusat ekonomi kreatif dengan dukungan TI, namun pendekatan yang tepat diperlukan untuk mengatasi kesenjangan digital di antara pelaku usaha. Pemerintah, swasta, dan akademisi perlu berkolaborasi dalam menciptakan program pelatihan digital, penyediaan infrastruktur, dan kebijakan yang mendukung ekosistem bisnis berbasis teknologi (World Bank, 2021).

Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana teknologi informasi dapat mendorong transformasi bisnis UMKM di Depok. Analisis ini mencakup pengertian, penerapan, dan dampak teknologi informasi, serta tantangan dan peluang transformasi bisnis di sektor UMKM lokal. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan akademisi dalam merumuskan strategi transformasi digital yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing UMKM di Depok (OECD, 2022).

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan masyarakat, termasuk dalam lingkup bisnis dan ekonomi. Perkembangan teknologi digital seperti internet dan aplikasi berbasis platform telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran, mengoptimalkan efisiensi operasional, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), transformasi digital menjadi suatu keharusan untuk dapat bersaing dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Teknologi informasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui pemasaran digital, serta mengelola operasi bisnis secara lebih efisien dan terukur.

Penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan platform digital untuk aktivitas pemasaran dan penjualan, terbukti lebih tangguh menghadapi dampak krisis ekonomi. Transformasi digital tidak sekedar mengadopsi teknologi, namun juga membutuhkan perubahan mindset dan budaya pada seluruh lapisan organisasi. (Nurhayati & Yanti, 2024).

Seiring dengan perkembangan jaman para pelaku usaha UMKM menghadapi tantangan yang cukup berat terkait dengan pengembangan usahanya. Kendala utama pengembangan usaha UKM pada umumnya berkaitan dengan masalah kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional. Masalah-masalah manajemen diantaranya meliputi, masalah struktur permodalan, personalia dan pemasaran. Selain masalah di atas, terdapat pula masalah teknis yang sering dijumpai semisal belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik, masalah

akses terhadap teknologi, masalah inovasi dan perbaikan kualitas barang dan efisiensi, ditambah lagi dengan pemberlakuan skema perdagangan bebas ASEAN *China Free Trade Agreement* (ACFTA) sejak awal tahun 2010 dan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) di akhir tahun 2015, persaingan tidak lagi hanya didominasi antar produk dalam negeri, tetapi juga akan diramaikan dengan masuknya produk dari luar negeri.

Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Terlebih dengan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan internet dan semakin mudah serta murah koneksi internet, UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Salah satunya adalah dengan cara menggunakan teknologi informasi (TI). Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, peran teknologi diperlukan dalam mendorong keberhasilan perusahaan untuk memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran modern. (Akhmad, 2015)

## METODE

### Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui:

1. Studi Literatur: Menggunakan buku, jurnal ilmiah, dan laporan resmi terkait UMKM, transformasi bisnis, dan teknologi informasi (Laudon & Laudon, 2019; Tambunan, 2019).
2. Wawancara Mendalam: Dilakukan dengan 10 pelaku UMKM di Depok dari berbagai sektor (makanan, kerajinan, dan jasa) untuk memahami pengalaman dan tantangan mereka dalam mengadopsi TI (Depok Digital Center, 2023).

Proses analisis data melibatkan tiga tahapan utama:

1. Reduksi data untuk menyaring informasi relevan
2. Penyajian data dalam bentuk tabel dan narasi.
3. Penarikan kesimpulan berdasarkan pola yang ditemukan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Teknologi Informasi

#### 1.1 Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) adalah kombinasi perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan infrastruktur yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan mendistribusikan informasi (Laudon & Laudon, 2019). Dalam konteks UMKM, TI mencakup penggunaan aplikasi bisnis, media sosial, dan perangkat lunak manajemen untuk mendukung proses bisnis. Survei menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Depok menggunakan media sosial (70%) untuk pemasaran, namun hanya 25% yang memanfaatkan perangkat lunak manajemen bisnis seperti POS (Depok Digital Center, 2023).

#### 1.2 Tujuan dan Fungsi Teknologi Informasi

Penggunaan TI bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah pengambilan keputusan berbasis data (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Fungsi TI meliputi:

1. Efisiensi Operasional: TI mengurangi pekerjaan manual melalui otomatisasi, seperti penggunaan aplikasi kasir digital.
2. Inovasi Produk dan Layanan: Teknologi membantu UMKM memahami kebutuhan pelanggan melalui analitik data (Kotler & Keller, 2016).
3. Komunikasi Efektif: Media sosial dan aplikasi pemesanan mempermudah interaksi dengan pelanggan (Koinfo, 2023).

#### 1.3 Penerapan Teknologi Informasi pada UMKM

Penerapan TI di UMKM Depok mencakup:

1. Media Sosial: Facebook, Instagram, dan TikTok digunakan untuk promosi. Platform ini efektif dalam menjangkau konsumen lokal dan global (Haryanto, 2020).
2. E-Commerce: Tokopedia dan Shopee menjadi platform favorit UMKM untuk menjual produk secara online (Depok Digital Center, 2023).
3. Manajemen Keuangan Digital: Beberapa UMKM mulai menggunakan aplikasi seperti Moka POS dan Jurnal.id untuk memantau keuangan secara real-time (Kemenkop UKM, 2023).

#### 1.4 Dampak Teknologi Informasi terhadap Transformasi Bisnis

1. Teknologi informasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap UMKM di Depok:
2. Peningkatan Efisiensi: Automasi proses bisnis mengurangi biaya operasional hingga 30% (OECD, 2022).
3. Perluasan Jangkauan Pasar: UMKM yang memanfaatkan e-commerce mencatat peningkatan penjualan hingga 40% dibandingkan dengan UMKM tradisional (World Bank, 2021).
4. Kemudahan Pengambilan Keputusan: Data dari aplikasi keuangan dan pemasaran memungkinkan pemilik usaha membuat strategi yang lebih akurat (Deloitte, 2020).

### b. Transformasi Bisnis

#### 2.1 Teori Transformasi Bisnis

Transformasi bisnis adalah perubahan menyeluruh dalam model operasional untuk meningkatkan daya saing. Menurut Kotler dan Keller (2016), transformasi bisnis melibatkan inovasi produk, diversifikasi pasar, dan optimalisasi proses. Dalam konteks UMKM, transformasi sering kali dimulai dari digitalisasi operasional dan pemasaran (PwC Indonesia, 2023).

#### 2.2 Tahapan Transformasi Bisnis

UMKM di Depok cenderung berada di tahap awal transformasi digital, yang mencakup:

1. Digitalisasi Operasional: Memanfaatkan teknologi untuk menggantikan proses manual.
2. Peningkatan Keberadaan Digital: Membuka toko online dan menggunakan media sosial untuk pemasaran.
3. Inovasi Produk dan Layanan: Menciptakan nilai tambah melalui personalisasi produk atau layanan berbasis data pelanggan (McKinsey Global Institute, 2021).

#### 2.3 Penerapan Transformasi Bisnis pada UMKM

1. Kasus Sukses: Salah satu UMKM makanan di Depok berhasil meningkatkan penjualan hingga 50% setelah memanfaatkan Instagram dan Shopee untuk pemasaran.
2. Kendala yang Dihadapi: UMKM sering terkendala oleh kurangnya literasi digital, sehingga pelatihan menjadi kebutuhan mendesak (Kominfo, 2023).
3. Peran Pemerintah dan Komunitas: Pemerintah Kota Depok telah memberikan pelatihan digital kepada 1.000 pelaku UMKM, meskipun jumlah ini masih kurang dibandingkan kebutuhan (Depok Digital Center, 2023).

### c. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

#### 3.1 UMKM di Indonesia

UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, dengan mendominasi lebih dari 99% unit usaha nasional (Kemenkop UKM, 2023). Namun, sebagian besar UMKM masih berada dalam kategori mikro dengan pendapatan tahunan yang terbatas.

#### 3.2 Kondisi UMKM di Depok

UMKM di Depok sebagian besar bergerak di sektor makanan, minuman, dan kerajinan tangan. Survei menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha belum memiliki pengetahuan atau akses untuk memanfaatkan teknologi secara optimal (Depok Digital Center, 2023).

### 3.3 Tantangan yang Dihadapi UMKM

Tantangan utama yang dihadapi UMKM Depok meliputi:

1. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi: Akses internet yang belum merata menjadi kendala utama, terutama di wilayah pinggiran (World Bank, 2021).
2. Kurangnya Literasi Digital: Banyak pelaku UMKM belum memahami cara menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka (Kominfo, 2023).
3. Modal yang Terbatas: Investasi awal untuk transformasi digital sering kali dianggap mahal oleh pelaku usaha kecil (OECD, 2022).

Analisis dan Temuan Utama :

1. Peluang TI: TI memberikan peluang signifikan bagi UMKM Depok untuk meningkatkan daya saing melalui e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan digital.
2. Tantangan: Kesenjangan literasi digital, akses infrastruktur, dan keterbatasan modal menjadi hambatan utama dalam adopsi teknologi.
3. Strategi: Kerja sama antara pemerintah, komunitas, dan platform teknologi dapat mempercepat transformasi digital UMKM, misalnya melalui subsidi internet atau pelatihan digital berbasis komunitas.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi (TI) memiliki peran yang sangat penting dalam transformasi bisnis UMKM, khususnya di Kota Depok. Dalam era digital, TI tidak hanya menjadi alat pendukung, tetapi juga penggerak utama yang memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan inovasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun banyak UMKM di Depok telah memanfaatkan media sosial dan e-commerce, penerapan teknologi informasi secara menyeluruh masih menghadapi berbagai tantangan.

Pertama, teknologi informasi mampu meningkatkan efisiensi operasional UMKM dengan mengotomasi proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara manual. Penggunaan aplikasi kasir digital, platform manajemen inventaris, dan perangkat lunak akuntansi, misalnya, membantu UMKM mengurangi biaya operasional hingga 30% dan meningkatkan produktivitas karyawan (OECD, 2022). Namun, hanya sebagian kecil UMKM di Depok yang mampu mengadopsi teknologi ini karena keterbatasan modal dan pengetahuan.

Kedua, TI memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan e-commerce. Dengan platform seperti Instagram, Shopee, dan Tokopedia, UMKM tidak hanya mampu menjangkau konsumen lokal tetapi juga nasional dan internasional. Data menunjukkan bahwa UMKM yang aktif secara digital mengalami peningkatan penjualan hingga 40% dibandingkan dengan UMKM yang hanya mengandalkan metode tradisional (World Bank, 2021). Namun, rendahnya literasi digital menjadi penghalang utama bagi sebagian besar pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang ini secara maksimal.

Ketiga, transformasi bisnis berbasis TI memberikan dampak positif dalam menciptakan inovasi produk dan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Dengan memanfaatkan data analitik, UMKM dapat memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan produk mereka. Hal ini membantu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat daya saing. Meskipun demikian, adopsi teknologi analitik data di UMKM Depok masih sangat minim karena kurangnya pelatihan dan infrastruktur pendukung.

Keempat, penelitian ini juga menemukan bahwa UMKM di Depok menghadapi tantangan signifikan dalam transformasi bisnis. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang belum merata, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, serta keterbatasan modal untuk investasi teknologi. Selain itu, dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan digital dan subsidi infrastruktur masih belum mencakup seluruh pelaku usaha di wilayah ini.

Kelima, peran kolaborasi antara pemerintah, komunitas, dan sektor swasta sangat diperlukan untuk mendukung transformasi digital UMKM. Pelatihan literasi digital, penyediaan akses internet yang lebih terjangkau, serta program pendampingan untuk membantu UMKM mengadopsi teknologi adalah langkah strategis yang perlu segera

diimplementasikan. Selain itu, insentif dari pemerintah, seperti subsidi atau pinjaman lunak untuk investasi teknologi, dapat membantu mempercepat proses transformasi digital.

Kesimpulannya, teknologi informasi merupakan kunci keberhasilan transformasi bisnis UMKM, tetapi tantangan implementasinya harus diatasi melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Dengan strategi yang tepat, UMKM di Kota Depok memiliki potensi besar untuk menjadi lebih kompetitif di pasar lokal maupun global. Penelitian ini juga menekankan pentingnya literasi digital dan akses teknologi sebagai pilar utama dalam mendukung transformasi bisnis UMKM secara berkelanjutan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Nurhayati, M., & Yanti, S. N. (2024). Peran Teknologi Informasi Dalam Transformasi Bisnis Dan Ekonomi. *Jurnal Review* ..., 7, 10008–10012. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/31500%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/31500/21254>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- Deloitte. (2020). *Digital Transformation: Shaping the Future of Small Businesses*. Deloitte Insights.
- Depok Digital Center. (2023). *Laporan Adopsi Teknologi UMKM di Kota Depok*. Depok Digital Center.
- Ghozali, I. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, A. (2020). Peran Media Sosial dalam Pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 105–117.
- Kemenkop UKM. (2023). *Laporan Tahunan UMKM 2023: Tantangan dan Peluang*. Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia.
- Kominfo. (2023). *Literasi Digital untuk UMKM: Peluang dan Tantangan*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2019). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm (16th ed.)*. Pearson Education.
- McKinsey Global Institute. (2021). *The Digital Transformation of Small Businesses: Challenges and Solutions*. McKinsey & Company.
- OECD. (2022). *SMEs in the Digital Economy: Opportunities and Challenges*. OECD Publishing.
- PwC Indonesia. (2023). *Transformasi Digital pada UMKM: Strategi dan Implementasi di Indonesia*. PwC Indonesia Insights.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Gajah Mada University Press.
- Turban, E., & Volonino, L. (2020). *Information Technology for Management (10th ed.)*. Wiley.
- Wahyudi, R. (2021). Digitalisasi UMKM di Indonesia: Peluang dan Hambatan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(3), 215–230.
- World Bank. (2021). *Small Businesses in the Digital Age: How Digitalization Drives Growth*. World Bank Publications.
- Ginting, R. (2021). Peran Digital Marketing dalam Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 10(1), 43–52.
- Setiawan, D., & Haryanto, T. (2022). Analisis Adopsi Teknologi Informasi oleh UMKM di Wilayah Perkotaan. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 7(4), 311–326.
- Suryana, I. (2023). Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Transformasi Digital. *Jurnal Manajemen dan Teknologi Informasi*, 12(2), 199–215.
- Muhibban., Asfihani., D. (2024). Analisis Transaksi Pembayaran Utang Piutang (Qardh) Dengan Jasa Menanam Padi dalam Perspektif Hukum Islam, 6(4), 4–11.