Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN: 3024-8140
Volume 4, Issue November, 2026 pp. 1311-1319 http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index

Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan umkm: optimalisasi digital marketing dalam mendorong perkembangan usaha

Anugrah Candra Adikumoro
Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 250501110003 @student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:
Ekonomi digital, UMKM, digitalisasi, e-commerce, daya saing.

Keywords:
digital economy, MSMEs, digitalization, e-commerce, competitiveness.

A B S T R A K

Perkembangan ekonomi digital telah membawa perubahan besar dalam cara UMKM menjalankan usahanya di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak ekonomi digital terhadap perkembangan UMKM, bentuk adaptasi yang dilakukan pelaku usaha, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan mengkaji berbagai jurnal, buku, dan sumber ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan banyak manfaat bagi UMKM, seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah transaksi pembayaran, serta memperkuat kegiatan pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce. Namun, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan belum meratanya akses internet. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan melalui pelatihan, pendampingan, serta pengembangan infrastruktur digital. Kolaborasi yang baik antar berbagai pihak diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional di era digital.

A B S T R A C T

The development of the digital economy has significantly changed the way Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) operate in Indonesia. This study aims to examine the impact of the digital economy on MSME development, identify the adaptation efforts made by business owners, and explore strategies to optimize the use of digital technology. The research uses a library research method by reviewing relevant journals, books, and scientific sources. The results show that digitalization provides various benefits for MSMEs, including wider market access, improved operational efficiency, easier payment transactions, and stronger marketing activities through social media and e-commerce platforms. However, several challenges remain, such as low digital literacy, limited technological infrastructure, and unequal internet access. Therefore, support from the government, private sector, and educational institutions is needed through training programs, business assistance, and digital infrastructure development. Strong collaboration among stakeholders is expected to help MSMEs improve their competitiveness and contribute more significantly to national economic growth in the digital era.

Pendahuluan

Kemunculan era digital telah mengubah secara mendasar cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan melakukan aktivitas ekonomi. Perubahan ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga memengaruhi struktur dan dinamika perekonomian suatu bangsa secara keseluruhan (Abdillah, 2024). Di Indonesia,

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

transformasi digital telah menjadi agenda strategis pemerintah dalam mendorong pertumbuhan sektor riil, khususnya melalui penguatan ekosistem Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).Sektor UMKM memegang peranan vital dalam perekonomian nasional. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 mencatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit, yang setara dengan 99,9% dari total unit usaha yang beroperasi di seluruh wilayah Indonesia (Solekha, 2023). Angka ini mencerminkan betapa besarnya kontribusi UMKM tidak hanya sebagai sumber penghasilan masyarakat, tetapi juga sebagai penyerap tenaga kerja utama di berbagai daerah (Septiana, 2023).

Konsep ekonomi digital, yang merujuk pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam mendorong aktivitas ekonomi, telah menjadi pendorong penting bagi UMKM untuk mengadopsi berbagai inovasi guna meningkatkan daya saing mereka di pasar domestik maupun global (Ndraha et al., 2024). Transformasi ini mendorong masyarakat, khususnya para pelaku usaha, untuk lebih kreatif dan adaptif dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan bisnis. Senada dengan itu, Muslihah et al. (2021) menegaskan bahwa penguasaan teknologi digital merupakan syarat mutlak bagi UMKM untuk dapat bersaing secara berkelanjutan di era industri 4.0, terutama dalam hal pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial sebagai media pemasaran.Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital juga menyimpan potensi dampak negatif, seperti kesenjangan akses teknologi antar daerah, ancaman kejahatan siber, serta risiko persaingan usaha yang tidak seimbang. Oleh sebab itu, perlu ada upaya sistematis untuk memitigasi dampak negatif tersebut sekaligus mengoptimalkan dampak positif teknologi digital terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia (Abdillah, 2024). Dalam konteks ini, penelitian mengenai strategi digitalisasi UMKM menjadi sangat relevan untuk mendukung kebijakan pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi.

Pembahasan

Dampak Pertumbuhan Ekonomi Digital Terhadap UMKM di Indonesia

Adopsi teknologi digital terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM dalam ekonomi modern. Pemanfaatan platform digital tidak hanya membantu UMKM memperluas jaringan pemasaran secara lebih efektif, tetapi juga memperkuat identitas bisnis melalui personal branding dan inovasi produk yang berkelanjutan. Dengan mengimplementasikan strategi digitalisasi yang tepat, UMKM berpeluang menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari pelaku usaha lain (Fatman et al., 2024).Salah satu aspek paling menonjol dari perkembangan ekonomi digital adalah transformasi dalam sistem perdagangan dan transaksi keuangan. Di Indonesia, pergeseran ini tampak jelas dengan menjamurnya platform pembayaran digital seperti QRIS, layanan dompet elektronik, serta platform belanja daring. Fenomena ini mencerminkan bagaimana teknologi telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat sekaligus membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Indupurnahayu et al., 2022).

Dari sisi kontribusi ekonomi, UMKM memiliki peran yang tidak dapat diabaikan. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa pada tahun 2021, jumlah UMKM di

Indonesia mencapai 64,19 juta unit dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun (Aprieni et al., 2024). Data ini mempertegas pentingnya UMKM sebagai pilar utama dalam menopang ketahanan ekonomi nasional, sekaligus menunjukkan urgensi transformasi digital sebagai strategi peningkatan produktivitas dan daya saing.Peran penting UMKM ini juga dikaji secara mendalam oleh Mufidah & Sari, (2022) dalam penelitiannya yang dipublikasikan melalui Repositori UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kajian tersebut menyoroti bagaimana penguatan kapasitas UMKM berbasis teknologi dapat menjadi instrumen strategis dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya di lingkungan kampus dan daerah sekitarnya.

Adaptasi UMKM terhadap Dinamika Ekonomi Digital

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong pergeseran pola pemasaran dari pendekatan konvensional menuju sistem berbasis digital. Melalui optimalisasi media sosial dan berbagai platform daring, UMKM kini mampu memperluas jangkauan pasar dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Pendekatan pemasaran digital memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen lintas batas geografis serta membangun interaksi yang lebih intens dan personal dengan pelanggan (Radita et al., 2025). Di samping itu, penggunaan media sosial secara strategis juga terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui kampanye promosi yang lebih inovatif dan interaktif.

Meski peluang yang ditawarkan ekonomi digital sangat besar, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkannya secara optimal, terutama mereka yang beroperasi di wilayah pedesaan seperti Desa Banjarsari. UMKM di kawasan ini masih menghadapi berbagai kendala struktural, seperti ketergantungan pada model penjualan tradisional, terbatasnya akses dan penguasaan teknologi, lemahnya kapasitas manajerial, serta kurang memadainya infrastruktur digital. Hambatan-hambatan ini menyulitkan UMKM untuk mengikuti laju perkembangan pasar yang semakin terdigitalisasi (Purwanto, 2023).Lebih jauh, transformasi digital menuntut UMKM untuk berinovasi dalam berbagai aspek pengelolaan usaha, mulai dari digitalisasi pemasaran, manajemen keuangan berbasis aplikasi, hingga pemenuhan standar kualitas seperti sertifikasi halal bagi produk pangan. Oleh karena itu, pendekatan yang komprehensif mencakup pendampingan teknis, program sosialisasi, dan peningkatan kapasitas pelaku usaha menjadi sangat penting agar UMKM dapat memanfaatkan peluang ekonomi digital secara berkelanjutan (Purwanto, 2023).

Dalam hal penerapan platform digital, e-commerce menjadi salah satu instrumen utama yang menghubungkan teknologi informasi dengan sistem pemasaran dan distribusi produk UMKM. Keikutsertaan UMKM dalam ekosistem e-commerce terbukti berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, mengingat platform ini memungkinkan pelaku usaha mengiklankan produknya kepada audiens yang jauh lebih luas (Berliana & Ompusunggu, 2023). Ekspansi pesat e-commerce di Indonesia dengan demikian menjadi salah satu faktor pendorong utama bagi UMKM dalam mengakses pasar yang lebih besar dan beragam.Namun demikian, transformasi digital UMKM bukan proses yang berlangsung tanpa hambatan. Studi yang dilakukan oleh Matt et al. (2015) mengidentifikasi beberapa tantangan utama, termasuk kurangnya pemahaman

tentang penggunaan uang elektronik, resistensi terhadap perubahan di kalangan pelaku usaha, serta inkonsistensi kebijakan pemerintah dalam mendukung adopsi teknologi digital. Faktor-faktor ini secara kolektif menjadi penghambat signifikan bagi kemajuan UMKM dalam ekosistem ekonomi digital.

Inovasi teknologi digital dalam peningkatan daya saing di pasar global

Meskipun potensi transformasi digital sangat menjanjikan, pelaku UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan struktural yang cukup serius. Kesenjangan digital menjadi salah satu tantangan terbesar, yang mencakup keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai dan rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha. Kondisi ini paling dirasakan oleh UMKM yang beroperasi di daerah terpencil, di mana akses internet yang stabil dan perangkat teknologi modern masih sangat terbatas (Hilda & Wilantini, 2023). Akibatnya, peluang besar yang ditawarkan transformasi digital belum dapat dioptimalkan sepenuhnya, yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan.Selain infrastruktur, persoalan kompetensi sumber daya manusia juga menjadi faktor penghambat yang krusial. Banyak pelaku UMKM, khususnya di kawasan pedesaan, masih menghadapi kendala dalam mengakses informasi teknologi yang relevan, mendapatkan bantuan teknis dari pihak pemerintah maupun lembaga terkait, serta mengubah persepsi bahwa digitalisasi hanya cocok diterapkan pada skala usaha besar dan membutuhkan biaya yang tinggi (Pratama & Munawaroh, 2025). Persepsi keliru semacam ini menghambat motivasi UMKM untuk segera beralih ke sistem operasional berbasis digital.

Di tengah berbagai tantangan tersebut, perubahan perilaku konsumen di era digital justru menjadi pendorong tersendiri bagi UMKM untuk beradaptasi. Penggunaan media sosial, marketplace, dan platform e-commerce kini menjadi elemen penting dalam strategi bisnis modern yang membantu UMKM menjangkau pasar lebih luas tanpa batasan geografis. Transformasi digital juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Oleh karena itu, penguasaan dan pemanfaatan teknologi digital secara efektif merupakan faktor kritis bagi keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM di tengah persaingan global yang semakin dinamis (Auliya, 2024).Dalam konteks ini, Khoirul Khoirul Anam et al. (2023) dalam kajiannya melalui Repositori UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menekankan pentingnya integrasi antara penguatan kompetensi digital pelaku UMKM dengan kebijakan pemberdayaan yang berpihak pada masyarakat. Penelitian ini menyoroti perlunya sinergi antara institusi pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta dalam mendorong adopsi teknologi sebagai bagian dari strategi pemberdayaan ekonomi umat.

Strategi Mengoptimalkan Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia

Ekonomi digital telah bertransformasi menjadi pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya pada sektor UMKM. Teknologi digital menawarkan kemudahan yang signifikan bagi pelaku usaha dalam mengelola transaksi, menjalankan promosi, hingga mendistribusikan produk secara lebih cepat dan efisien. Situasi ini mendorong UMKM untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tetap relevan

dalam lanskap persaingan global yang terus berubah.Proses transformasi ekonomi digital di Indonesia merupakan suatu perjalanan yang kompleks dan multidimensional, melibatkan berbagai aspek mulai dari pembangunan infrastruktur teknologi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, hingga penguatan regulasi yang mendukung ekosistem digital (Rizky, 2025). Keberhasilan transformasi ini sangat bergantung pada kesiapan dan koordinasi berbagai pemangku kepentingan, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat luas.

Infrastruktur

Infrastruktur teknologi berfungsi sebagai fondasi utama yang menentukan kecepatan dan kualitas transformasi digital suatu negara. Ketersediaan jaringan internet yang cepat, stabil, dan merata merupakan prasyarat mendasar yang harus dipenuhi. Di Indonesia, disparitas akses internet antara kawasan perkotaan dan pedesaan masih menjadi persoalan yang perlu ditangani secara serius. Upaya perluasan infrastruktur digital, termasuk pengembangan jaringan serat optik, penerapan teknologi 5G, dan pembangunan pusat data nasional, merupakan investasi strategis yang diperlukan untuk meratakan akses digital di seluruh pelosok negeri (Rizky, 2025).

Dukungan Pemerintah

Keterlibatan aktif pemerintah merupakan elemen kunci dalam menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan. Hal ini mencakup perumusan kebijakan yang adaptif, pembangunan infrastruktur pendukung, serta peningkatan literasi digital masyarakat secara masif. Pemerintah perlu terus memperkuat kerangka regulasi yang mendorong inovasi, sekaligus memberikan insentif yang menarik bagi investasi dan keterlibatan sektor swasta dalam pengembangan teknologi digital (Rizky, 2025). Sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta menjadi kunci keberhasilan transformasi digital Indonesia dalam mencapai target peningkatan ekonomi menuju pasar global. Senada dengan itu, Afifuddin & Sabhani (2023) dalam penelitiannya yang tersedia di Repositori UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menegaskan bahwa kebijakan pemerintah yang komprehensif dan berpihak pada pemberdayaan UMKM merupakan faktor determinan dalam mendorong inklusivitas ekonomi digital.

Kemajuan Teknologi

Akselerasi kemajuan teknologi global semakin memperkuat ekosistem ekonomi digital di seluruh dunia, sekaligus menghadirkan tantangan nyata bagi UMKM dalam menghadapi tekanan kompetisi digital yang semakin intensif. UMKM yang berhasil tumbuh dan berkembang adalah mereka yang mampu beradaptasi dengan cepat dan mengintegrasikan diri ke dalam ekosistem digital secara menyeluruh, sehingga transformasi dari operasional berbasis luring menuju daring menjadi keniscayaan yang tidak dapat ditunda (Sinaga et al., 2023).

Era digital memaksa industri dan pelaku usaha untuk secara proaktif mengkaji ulang dan menyesuaikan model bisnis mereka agar tetap relevan dengan dinamika lingkungan usaha yang terus bergerak (Ardianto et al., 2024). Dalam konteks ini, pengembangan keterampilan dan strategi berbisnis secara online menjadi prioritas utama, terutama

bagi UMKM, agar mampu mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Pemahaman mendalam tentang konsep bisnis digital, strategi pemasaran berbasis data, manajemen platform e-commerce, analisis kinerja digital, serta perlindungan siber merupakan kompetensi inti yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM modern (Mashita, 2024). Pemerintah memegang peran penting dalam memfasilitasi peningkatan kompetensi ini melalui program edukasi dan sosialisasi yang terstruktur dan berkelanjutan.

Strategi Pengoptimalan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak transformatif terhadap cara pelaku bisnis menjalankan strategi pemasaran mereka. Tren pemasaran yang sebelumnya didominasi oleh pendekatan konvensional kini bergeser secara signifikan menuju pemanfaatan media digital dan internet sebagai kanal utama. Meskipun pemasaran digital belum sepenuhnya menggantikan metode tradisional, keduanya kini berjalan secara komplementer dan saling memperkuat. Mengingat posisi strategis UMKM dalam menopang perekonomian nasional, para pelaku usaha sudah seharusnya lebih terbuka dan adaptif terhadap penggunaan digital marketing sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka (Septiana, 2023).

Media digital, terutama platform media sosial, telah berkembang menjadi sarana yang sangat efektif dalam membangun dan memperkuat personal branding UMKM. Elemen-elemen identitas visual seperti desain logo yang konsisten, kemasan produk yang menarik, dan konten promosi yang relevan terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau merek. Branding yang terbangun dengan kuat akan memudahkan UMKM untuk dikenal, diingat, dan dipercaya oleh masyarakat yang lebih luas (Yusanda, 2021).Terkait implementasi di lapangan, Udin (2023) dalam penelitiannya yang dipublikasikan pada Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) mengungkapkan bahwa sebagian pelaku UMKM telah mulai memanfaatkan media sosial sebagai instrumen promosi dan pemasaran untuk menarik segmen konsumen tertentu, terutama mahasiswa sebagai target pasar utama. Pemanfaatan strategi pemasaran digital ini secara efektif membantu UMKM memperluas jangkauan pasar sekaligus menyederhanakan proses komunikasi dengan pelanggan. Dengan demikian, optimalisasi digital marketing menjadi strategi sentral yang mendukung pertumbuhan dan peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi digital yang terus berkembang.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi membawa manfaat nyata bagi UMKM di Indonesia melalui pembukaan akses pasar yang lebih luas, peningkatan efisiensi operasional, serta kemudahan akses terhadap layanan keuangan diital dan inovasi teknologi. Transformasi digital juga menjadi faktor kunci dalam membantu UMKM memperbaiki kinerja, meningkatkan daya saing, dan mendorong perkembangan usaha di era digital.Langkah-langkah strategis seperti inovasi produk berkelanjutan, penerapan strategi pasar digital yang tepat sasaran, pengembangan kolaborasi lintas sektor, serta penekanan pada kepuasan pelanggan sangat penting untuk memperkuat posisi UMKM di pasar global. Dalam kerangka ini,

program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM menjadi investasi krusial yang perlu diprioritaskan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Dari sisi infrastruktur, penguatan teknologi dasar meliputi perluasan jaringan internet berkecepatan tinggi, implementasi teknologi 5G, serta pengembangan pusat data nasional menjadi fondasi penting bagi akselerasi ekonomi digital. Peran pemerintah sangat determinan dalam mengedukasi pelaku UMKM Indonesia tentang urgensi transformasi digital, menetapkan kebijakan yang mendorong inovasi, serta memberikan insentif yang mendorong keterlibatan sektor swasta dalam ekosistem teknologi digital nasional.Ke depan, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dan integratif antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam mendorong adopsi teknologi di kalangan UMKM. Sinergi ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem digital yang inklusif, di mana seluruh lapisan pelaku usaha dapat merasakan manfaat transformasi digital secara merata dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, *12*(1), 45–56.

Afifuddin, & Sabhani, M. I. (2023). *Pemberdayaan UMKM berbasis digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif*. Repositori UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. http://repository.uin-malang.ac.id/

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

Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Dewi, L. O. A., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi digital dan antisipasi perubahan ekonomi global dalam dunia perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *2*(1), 80–88. https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114

Auliya, R. (2024). Peran penting pendidikan Bahasa Arab di era digital. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, *2*(6), 451–458. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/9159

Berliana, I., & Ompusunggu, D. P. (2023). Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM pada era industri 4.0. *Matriks Jurnal Sosial Dan Sains*, *5*(1), 115–120. https://doi.org/10.59784/matriks.v5i1.520

Fatman, Y., Irfan, A., Syifa, A. N., Al Fikri, I. M., & Firdaus, J. R. (2024). Penerapan personal & product branding dalam sektor UMKM di Desa Citali Kecamatan Pamulihan Kabupaten Sumedang. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *5*(1), 48–60.

Hilda, M. E. U., & Wilantini, C. (2023). *Peran digitalisasi dalam memperluas akses pasar UMKM*. IAIN Madura Press.

Indupurnahayu, I., Safalah, M. F., & Utami, M. A. (2022). Potensi dan peluang UMKM terhadap upaya pemulihan ekonomi di Kota Bogor pada era pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *10*(2), 349–354. https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1439

Khoirul Anam, M., Ridwan, M., & Aini, N. (2023). *Transformasi digital UMKM dan pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis teknologi*. Repositori UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. http://repository.uin-malang.ac.id/

Mashita, J. (2024). Transformasi bisnis di era digital pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, *3*(11), 3277–3284.

Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & Information Systems Engineering*, *57*(5), 339–343. https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5

Mufidah, N., & Sari, I. P. (2022). *Penguatan kapasitas UMKM berbasis teknologi digital sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi*. Repositori UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. http://repository.uin-malang.ac.id/

Muslihah, E., Zamroni, M., & Muhith, A. (2021). Penguasaan teknologi digital UMKM dalam era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Islam*, *12*(2), 145–162.

Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Zebua, M. K. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(1), 27–32. https://doi.org/10.70134/jukoni.v1i1.23

Pratama, M. R. S., & Munawaroh. (2025). Transformasi digital UMKM sebagai kunci sukses di pasar internasional. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, *3*(1), 330–341. https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3738

Purwanto, A. (2023). Strategi pemberdayaan UMKM desa melalui digitalisasi dan pendampingan usaha. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, *8*(2), 101–115.

Radita, N. F., Ambari, S. P. D., Rahmafillah, A., Amin, M. S., & Arifah, K. N. (2025). Sosialisasi digitalisasi UMKM: Meraih peluang di era digital. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, *3*(6), 951–959. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/14254

Rizky, G. G. (2025). Analisis strategi percepatan transformasi ekonomi digital nasional. *Circle Archive*, *1*(7). http://www.circle-archive.com/index.php/carc/article/view/395

Septiana, R. (2023). Strategi pengoptimalan digital marketing dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *6*(1), 40–52.

Sinaga, C. E., Situmorang, F., Sinaga, E. J., Sitanggang, R., Purba, J. K., Damanik, F. F., & Panjaitan, P. D. (2023). Strategi pengembangan UMKM dengan memanfaatkan peluang ekonomi digital untuk mendukung pemulihan ekonomi. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, *3*(3), 20–25. https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1343

Solekha, Y. N. (2023). Peran BPS dalam mendukung data UMKM nasional. *Jurnal Statistika Indonesia*, *4*(1), 10–20.

Udin, M. M. (2023). Analisis kontribusi mahasiswa terhadap pertumbuhan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, *1*(4), 486–494. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/5373

Yusanda, F. (2021). Membangun personal branding UMKM melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Pemasaran*, *3*(2), 88–99.