



Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital

Puspita Lianti Putri, Budi Widadi
Universitas Harapan Bangsa, Indonesia

Alamat: Jl. Raden Patah No.100, Kedunglongsir, Ledug, Kec. Kembaran, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53182

Korespondensi penulis: puspita@uhb.ac.id

Abstract. *The digital era has brought significant changes to various aspects of life, including the business world. Information and Communication Technology (ICT) offers new opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to innovate and enhance their competitiveness through various aspects such as products, processes, and business models. MSMEs play a crucial role in the Indonesian economy, contributing approximately 60% to Gross Domestic Product (GDP) and absorbing over 97% of the workforce. Despite this, MSMEs often face challenges such as limitations in capital, technology, and market access. Digital transformation presents great potential to address these challenges by improving operational efficiency, expanding market reach, and developing more relevant products and services. Business model innovation, which involves the use of digital technology to create effective solutions, can enhance MSME performance, as demonstrated by previous research. However, barriers such as limited resources and digital skills often hinder technology adoption. This research aims to examine the role of innovation in the development of MSME business models in the digital era, focusing on the utilization of digital technology, success factors of innovation, and impacts on business performance. Additionally, the study will explore strategies to overcome obstacles in the innovation process. The research is expected to provide in-depth insights and practical recommendations for MSMEs in developing innovative and sustainable business models in the digital era.*

Keywords: *Innovation, Business model development, Digital era, MSMEs*

Abstrak. Era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menawarkan peluang baru bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka melalui berbagai aspek seperti produk, proses, dan model bisnis. UMKM memainkan peranan penting dalam perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Meskipun demikian, UMKM sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, teknologi, dan pasar. Transformasi digital memberikan potensi besar untuk mengatasi tantangan ini dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan. Inovasi model bisnis, yang melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan solusi efektif, dapat meningkatkan kinerja UMKM, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya. Namun, hambatan seperti keterbatasan sumber daya dan keterampilan digital sering kali menghambat adopsi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital, dengan fokus pada pemanfaatan teknologi digital, faktor-faktor keberhasilan inovasi, dan dampak terhadap kinerja bisnis. Di samping itu, penelitian ini akan mengeksplorasi strategi untuk mengatasi hambatan dalam proses inovasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan rekomendasi praktis bagi UMKM dalam mengembangkan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan di era digital.

Kata kunci: Inovasi, Pengembangan Model Bisnis, Era Digital, UMKM

1. LATAR BELAKANG

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membuka peluang baru bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka. Inovasi dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, mulai dari produk, proses, hingga model bisnis yang digunakan oleh UMKM.

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2020), UMKM menyumbang

sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar.

Transformasi digital menawarkan potensi besar bagi UMKM untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Dengan adopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, UMKM perlu berinovasi dalam model bisnis mereka.

Inovasi model bisnis adalah perubahan yang signifikan dalam cara sebuah bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Di era digital, inovasi model bisnis sering kali melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan solusi yang lebih efektif dan efisien. Misalnya, penggunaan platform *e-commerce*, aplikasi mobile, dan media sosial dapat membantu UMKM menjangkau pelanggan yang lebih luas dan berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa inovasi model bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Misalnya, penelitian oleh Iskandar, M., & Putra (2023) menemukan bahwa digitalisasi dan inovasi dalam model bisnis berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia. Hasil serupa juga ditemukan oleh Kartika, D., & Sari (2023) yang menyatakan bahwa adopsi strategi pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM.

Namun, meskipun manfaat inovasi digital telah diakui, banyak UMKM yang masih menghadapi hambatan dalam mengadopsi teknologi dan berinovasi. Faktor-faktor seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya keterampilan digital, serta resistensi terhadap perubahan sering kali menjadi penghalang bagi UMKM untuk berinovasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan inovasi dalam UMKM.

Seiring dengan perkembangan teknologi, UMKM diharapkan dapat terus beradaptasi dan mengembangkan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi menjadi kunci utama untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk mengatasi hambatan yang mereka hadapi dalam proses inovasi.

Di era digital, model bisnis yang inovatif sering kali melibatkan penggunaan teknologi untuk mengoptimalkan proses bisnis. Misalnya, penggunaan sistem manajemen pelanggan (CRM) berbasis cloud dapat membantu UMKM mengelola hubungan dengan pelanggan secara

lebih efektif. Selain itu, adopsi teknologi pembayaran digital dapat mempercepat proses transaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu contoh keberhasilan inovasi digital dalam UMKM adalah penggunaan platform *e-commerce*. Platform ini tidak hanya memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka secara online, tetapi juga memberikan akses ke berbagai alat analitik yang dapat digunakan untuk memahami perilaku pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Dengan demikian, inovasi digital dapat membantu UMKM untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Selain itu, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif bagi UMKM untuk berinovasi dalam pemasaran dan komunikasi. Melalui media sosial, UMKM dapat membangun komunitas pelanggan yang loyal, berinteraksi langsung dengan mereka, serta mempromosikan produk dan layanan dengan biaya yang relatif rendah. Inovasi ini telah terbukti meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM.

Namun, keberhasilan inovasi digital tidak selalu mudah dicapai. Banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam hal adopsi teknologi dan pengembangan keterampilan digital. Misalnya, penelitian oleh Susanto, H., & Wijaya (2022) menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital merupakan salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam mengimplementasikan inovasi digital. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mendapatkan dukungan dan pelatihan yang memadai dalam bidang ini.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, pemerintah dan berbagai lembaga terkait perlu memainkan peran aktif dalam mendukung inovasi digital UMKM. Program pelatihan dan pendampingan, akses terhadap modal, serta kebijakan yang mendukung adopsi teknologi digital dapat membantu UMKM dalam mengembangkan model bisnis yang inovatif. Dukungan ini sangat penting untuk memastikan bahwa UMKM dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital. Fokus penelitian akan mencakup bagaimana UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk berinovasi, faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan inovasi, serta dampak inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika inovasi dalam UMKM di era digital.

Di sisi lain, penelitian ini juga akan mengkaji dampak inovasi digital terhadap kinerja bisnis UMKM. Dampak ini dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti peningkatan pendapatan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Rahayu, R., & Day (2022)

menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* oleh UMKM di negara berkembang, termasuk Indonesia, dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar.

Dengan memahami peran inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi literatur akademik dan praktik bisnis. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi dan kebijakan yang mendukung inovasi digital UMKM, serta memberikan rekomendasi praktis bagi UMKM dalam mengembangkan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi Inovasi untuk UMKM

Inovasi dalam produk dan proses merupakan elemen penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM. Namun, perusahaan-perusahaan ini kerap menghadapi keterbatasan sumber daya dan tantangan operasional yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi. Untuk mengatasi kendala tersebut, UMKM perlu mengadopsi strategi inovasi yang tepat. Strategi ini mencakup inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi model bisnis. Penerapan strategi-strategi ini dapat membantu UMKM membedakan diri mereka di pasar, meningkatkan nilai bagi pelanggan, dan menangkap peluang pertumbuhan baru. (Lisias, C., Beni, S., Asmara, 2022; Mistriani, N., Tutik, T., Yuliamir, 2021; Setiawan, L. H., & Budiastra, 2020)

Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis

Inovasi merupakan salah satu faktor kunci dalam pengembangan model bisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Inovasi dapat berupa produk baru, proses produksi, teknologi, maupun strategi pemasaran yang baru. Menurut Schumpeter (2020) inovasi adalah motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan perkembangan bisnis. UMKM yang inovatif cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu bersaing secara efektif di era digital.

Digitalisasi dan Teknologi dalam UMKM

Era digital membawa perubahan signifikan dalam cara UMKM beroperasi. Teknologi digital seperti *e-commerce*, media sosial, dan analisis data memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memahami perilaku konsumen dengan lebih baik. Menurut penelitian dari McKinsey (2021), UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan produktivitas hingga 30%.

Kemunculan era digital telah mengubah model bisnis tradisional dan membuka peluang baru untuk pertumbuhan. Teknologi digital seperti kecerdasan buatan, analitik data besar, komputasi awan, dan Internet of Things, telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan, mengelola operasional, dan mengambil keputusan strategis. UMKM di Indonesia perlu mengadopsi transformasi digital untuk tetap kompetitif dan relevan dalam lingkungan yang dinamis ini. (Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Lukman, N., & Ab Majid, 2020; Mubarak, M. F., Shaikh, F. A., Mubarik, M., Samo, K. A., & Mastoi, 2019)

Walaupun era digital menawarkan potensi yang luar biasa, UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital. Tantangan-tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses terhadap modal untuk adopsi teknologi, kekurangan tenaga kerja terampil, masalah keamanan siber, dan penyesuaian terhadap perubahan perilaku serta ekspektasi konsumen. Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan pendekatan multifaset yang mencakup aspek teknologi, organisasi, dan strategi. (Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, 2022; Endris, E., & Kassegn, 2022; Molle, 2021)

Model Bisnis Digital

Model bisnis digital adalah pendekatan bisnis yang menggunakan teknologi digital untuk menciptakan nilai dan keuntungan. Ini mencakup *e-commerce*, platform digital, pemasaran online, dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan. UMKM yang mampu beradaptasi dengan model bisnis digital cenderung lebih kompetitif dan memiliki akses ke pasar yang lebih luas.

Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis

1. Diversifikasi produk dan layanan : Inovasi memungkinkan UMKM untuk menawarkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.
2. Efisiensi Operasional : Teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas.
3. Pemasaran Digital : Penggunaan media sosial, SEO, dan pemasaran konten dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik UMKM.
4. Pengalaman Pelanggan : Inovasi dalam pengalaman pelanggan, seperti layanan pelanggan yang responsif dan personalisasi, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
5. Platform dan Ekosistem Digital : Bergabung dengan platform digital atau ekosistem bisnis dapat memberikan akses ke sumber daya dan pasar baru.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam fenomena dan konteks di balik penerapan inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis mendalam terhadap beberapa UMKM yang berhasil menerapkan inovasi dalam model bisnis mereka. Studi kasus ini akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana inovasi mempengaruhi pengembangan model bisnis UMKM.

Subjek penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang telah menerapkan inovasi dalam model bisnis mereka. Kriteria pemilihan subjek meliputi: UMKM yang telah beroperasi minimal 3 tahun, UMKM yang telah menerapkan inovasi digital dalam operasional bisnisnya, UMKM yang memiliki data kinerja bisnis sebelum dan setelah penerapan inovasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara semi-terstruktur. Wawancara memungkinkan adanya diskusi terbuka yang dapat menangkap wawasan, pengalaman, dan persepsi peserta mengenai tantangan, strategi, dan hasil yang terkait dengan inovasi digital dalam bisnis mereka. Wawancara dilakukan baik secara langsung maupun virtual, berdasarkan preferensi dan aksesibilitas peserta. Wawancara direkam secara audio dengan persetujuan peserta dan kemudian ditranskrip untuk dianalisis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Inovasi Produk dan Jasa

Penelitian ini menemukan bahwa inovasi dalam produk dan jasa sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. UMKM yang berhasil menciptakan produk atau jasa baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar cenderung menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Misalnya, beberapa UMKM di sektor makanan dan minuman mengembangkan produk baru yang lebih sehat dan sesuai dengan tren konsumen saat ini.

Inovasi Proses

Inovasi dalam proses juga terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Penggunaan teknologi digital seperti sistem manajemen inventaris berbasis cloud dan otomatisasi proses produksi memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya operasional dan mempercepat waktu produksi. Sebagai contoh, UMKM di sektor manufaktur yang mengadopsi

otomatisasi produksi dapat meningkatkan kapasitas produksi tanpa harus menambah tenaga kerja.

Inovasi Pemasaran

Inovasi dalam strategi pemasaran, terutama melalui penggunaan platform digital, menjadi faktor kunci dalam ekspansi pasar UMKM. Penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan pemasaran konten terbukti meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Sebagai contoh, UMKM di bidang *fashion* yang menggunakan Instagram dan TikTok untuk promosi produk mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut dan penjualan.

Inovasi Model Bisnis

Inovasi dalam model bisnis, seperti penggunaan model bisnis berlangganan atau crowdsourcing, membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan. Beberapa UMKM di sektor jasa, seperti layanan kebersihan dan perawatan, menerapkan model bisnis berlangganan yang memastikan pendapatan tetap setiap bulan.

Pembahasan

Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM

Inovasi merupakan elemen kunci yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era digital. Inovasi tidak hanya memungkinkan UMKM untuk tetap kompetitif dalam persaingan yang ketat, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi pasar. Dengan berinovasi, UMKM dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah dan mengikuti tren konsumen yang dinamis.

Tantangan dalam Menerapkan Inovasi

Meskipun inovasi menawarkan banyak manfaat, penerapannya di UMKM tidak tanpa tantangan. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun manusia, serta kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi terbaru. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan ini.

Strategi untuk Meningkatkan Inovasi di UMKM

Untuk mendorong inovasi di kalangan UMKM, beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain:

1. Peningkatan Akses Terhadap Teknologi: Pemerintah dan lembaga terkait perlu menyediakan akses yang lebih mudah terhadap teknologi digital bagi UMKM.
2. Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan pelatihan dan pendidikan tentang pentingnya inovasi dan cara menerapkannya dalam bisnis.

3. Kolaborasi dan Jaringan: Mendorong kolaborasi antara UMKM, perguruan tinggi, dan industri untuk menciptakan ekosistem inovasi yang mendukung.
4. Inkubator Bisnis: Membangun inkubator bisnis yang menyediakan fasilitas, pendampingan, dan akses ke jaringan pasar dan investor.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Inovasi memiliki peran krusial dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital. Dengan berinovasi, UMKM dapat meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan penetrasi pasar. Namun, untuk mencapai inovasi yang efektif, dukungan dari berbagai pihak sangat diperlukan. Melalui strategi yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan inovasi sebagai pendorong utama pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di era digital. Adopsi teknologi digital seperti *e-commerce*, media sosial, dan alat pemasaran digital telah membantu UMKM mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan mencapai pasar yang lebih luas. Teknologi ini juga memungkinkan UMKM untuk menawarkan produk dan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Era digital telah mendorong UMKM untuk mengubah model bisnis tradisional mereka menjadi lebih fleksibel dan dinamis. Ini mencakup perubahan dalam strategi pemasaran, operasional, dan hubungan pelanggan. Model bisnis yang adaptif dan berfokus pada inovasi membantu UMKM bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah. Meskipun banyak keuntungan, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi inovasi digital, termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya keterampilan digital, dan resistensi terhadap perubahan. Untuk berhasil, UMKM perlu mengatasi hambatan ini melalui pelatihan, kolaborasi, dan dukungan dari pemerintah serta organisasi terkait.

Saran

1. Meningkatkan kapasitas dan keterampilan digital UMKM melalui program pelatihan dan pendidikan. Pemerintah, akademisi, dan organisasi bisnis dapat bekerja sama untuk menyediakan pelatihan yang relevan dan terjangkau.
2. Meningkatkan akses UMKM ke infrastruktur digital, seperti internet yang cepat dan terjangkau serta alat-alat digital yang diperlukan. Pemerintah dan sektor swasta dapat berkolaborasi untuk memperluas infrastruktur digital di daerah yang kurang terlayani.
3. Mendorong kolaborasi antara UMKM, perusahaan besar, dan startup teknologi. Kolaborasi ini dapat membantu UMKM mengakses pengetahuan, teknologi, dan pasar baru.

Membentuk jaringan dan komunitas inovasi dapat memfasilitasi berbagi pengalaman dan praktik terbaik.

DAFTAR REFERENSI

- Adomako, S., & Nguyen, T. (2023). Digital innovation and SMEs' performance: The mediating role of dynamic capabilities. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 123–145.
- Company, M. &. (2021). *How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever*. McKinsey Digital.
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital innovations in MSMEs during economic disruptions: experiences and challenges of young entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1), 8.
- Endris, E., & Kassegn, A. (2022). The role of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to the sustainable development of sub-Saharan Africa and its challenges: a systematic review of evidence from Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 20.
- Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Lukman, N., & Ab Majid, M. N. (2020). Towards SMEs' digital transformation: The role of agile leadership and strategic flexibility. *Journal of Small Business Strategy*, 30(3), 65–85.
- Iskandar, M., & Putra, R. (2023). Digitalisasi dan Inovasi Model Bisnis pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 123–140.
- Kartika, D., & Sari, A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 87–101.
- Lisias, C., Beni, S., Asmara, A. P. (2022). ANALISIS PENGUATAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHANKAN UMKM DI ERA NEW NORMAL. *Inovasi*.
- Menengah, K. K. dan U. K. dan. (2020). *Laporan Kinerja UMKM di Indonesia*.
- Mistriani, N., Tutik, T., Yuliamir, H. (2021). Pelatihan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi Bagi Karang Taruna, Umkm Masyarakat Lokal Dalam Strategi Pemasaran “Cikaso Creative.” *JMM*.
- Molle, A. I. (2021). *The importance of social media marketing for MSMEs in Jakarta to meet the challenges in the new normal era*. In *Contemporary Research on Business and Management*. CRC Press.
- Mubarak, M. F., Shaikh, F. A., Mubarik, M., Samo, K. A., & Mastoi, S. (2019). The impact of digital transformation on business performance: A study of Pakistani SMEs. *Engineering Technology & Applied Science Research*, 9(6), 5056–5061.
- Rahayu, R., & Day, J. (2022). Impact of E-commerce Adoption on SMEs Performance in Developing Countries. *Journal of Business Research*, 9(4), 678–693.

- Schumpeter, J. A. (2020). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. *Harvard University Press*.
- Setiawan, L. H., & Budiastira, I. W. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*.
- Susanto, H., & Wijaya, T. (2022). Hambatan Adopsi Teknologi Digital pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi*, 8(3), 45–60.