



Penerapan Strategi Manajemen dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital

Abdul Hafiz^{1*}, Intan Fahzirah², Nadhilah Nazlah Nst, Fitri Hayati⁴

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Hafizbijak16122002@gmail.com¹, intanfahzirah07@gmail.com², nahdhilahnazlah@gmail.com³,

Fitrihayati@uinsu.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: Hafizbijak16122002@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the application of management strategies in enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era, which is characterized by rapid technological advancement and changing consumer behavior. Digital transformation requires MSMEs to adapt by implementing effective, innovative, and market-oriented management practices. This study employs a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation involving MSME actors who have utilized digital platforms in their business activities. The findings indicate that the implementation of management strategies, including business planning, human resource management, utilization of digital technology, and digital-based marketing strategies, plays a significant role in improving operational efficiency and business competitiveness. Furthermore, the use of social media and digital marketplaces enables MSMEs to expand market reach and strengthen customer loyalty. However, limited digital literacy and unequal access to technology remain major challenges for some MSMEs. Therefore, continuous support from the government and relevant stakeholders is necessary in the form of training programs, business mentoring, and the provision of adequate digital infrastructure to ensure sustainable competitiveness of MSMEs in the digital era.

Keywords: Competitiveness; Digital Era; Management; MSMEs; Strategy.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi manajemen dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital yang ditandai oleh perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen. Transformasi digital menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi melalui pengelolaan usaha yang lebih efektif, inovatif, dan berorientasi pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi terhadap pelaku UMKM yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi manajemen yang meliputi perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi pemasaran berbasis digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM. Selain itu, penggunaan media sosial dan marketplace digital mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan loyalitas konsumen. Namun demikian, keterbatasan literasi digital dan akses terhadap teknologi masih menjadi tantangan utama bagi sebagian UMKM. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pemangku kepentingan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penyediaan infrastruktur digital guna memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Daya Saing; Era Digital; Manajemen; Strategi; UMKM.

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia karena mereka meningkatkan PDB dan menciptakan banyak lapangan kerja. Statistik resmi terbaru menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 61,07% dari PDB negara, atau Rp 8.573,89 triliun. Menurut angka pemerintah, sektor UMKM mempekerjakan lebih dari 97% angkatan kerja negara. Terlepas dari kecepatan perkembangan teknologi, banyak UMKM masih kesulitan dalam hal digitalisasi. Hambatan terbesar bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin digital adalah rendahnya literasi

digital, kurangnya pendanaan, dan kurangnya kemampuan teknologi informasi. Oleh karena itu, untuk membantu UMKM bertransisi dan menjadi lebih kompetitif di era ekonomi digital, sangat penting untuk menerapkan strategi manajemen yang tepat.

Penerapan strategi manajemen yang efektif dapat membantu UMKM dalam merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan sumber daya secara optimal agar mampu bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar. Strategi seperti inovasi produk, penerapan pemasaran digital (digital marketing), dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) dapat menjadi faktor kunci dalam menghadapi persaingan global. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi digital marketing dan manajemen operasional berbasis teknologi mengalami peningkatan efisiensi, produktivitas, serta perluasan pasar secara signifikan dibandingkan yang masih konvensional. Dengan demikian, strategi manajemen tidak hanya menjadi alat administratif, tetapi juga instrumen penting dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Namun demikian, berbagai studi mengungkapkan bahwa keberhasilan penerapan strategi manajemen pada UMKM tidak terlepas dari faktor internal dan eksternal, seperti kemampuan manajerial pemilik usaha, dukungan pemerintah, dan kesiapan infrastruktur digital. Untuk mengembangkan kemampuan manajemen dan teknologi UMKM, perusahaan, pemerintah, dan lembaga pendidikan harus bekerja sama untuk mengatasi masalah-masalah ini. Untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang dalam ekosistem bisnis kontemporer, artikel ini akan mengkaji bagaimana penerapan teknik manajemen dapat meningkatkan daya saing mereka di era digital.

2. TINJAUAN TEORITIS

Strategi Manajemen

Sektor swasta adalah satu-satunya sektor di mana gagasan tentang pentingnya manajemen strategis pertama kali muncul. Selama abad itu, bisnis swasta menjadi fokus hampir semua inisiatif manajemen strategis (Bryson 1995). Baru pada awal tahun 1980-an perusahaan sektor publik mulai menggunakan manajemen strategis (Quinn 1980; Brucker dalam Bryson 1995). Sementara itu, Keban (1995) berpendapat bahwa birokrasi belum memiliki sejarah penggunaan manajemen strategis sebagai perencanaan strategis. Namun, tradisi perencanaan strategis birokrasi akan sangat membantu di masa depan untuk menyediakan layanan publik yang lebih baik, khususnya dalam mendorong pola pikir strategis mengenai misi utama birokrasi yang harus dicapai, tujuan jangka panjang dan pendeknya, rencana strategisnya, dan rencana operasionalnya, terutama program dan

proyeknya. Mengingat keterkaitan lingkungan birokrasi, yang semakin penting dari waktu ke waktu, pentingnya manajemen strategis bagi birokrasi tampaknya semakin meningkat.

Perencanaan, implementasi, pengendalian, dan evaluasi adalah fungsi manajemen yang dikombinasikan dengan pemikiran strategis dalam manajemen strategis. Manajemen strategis adalah upaya manajerial untuk membangun kekuatan perusahaan guna memanfaatkan peluang bisnis baru dan mencapai tujuan yang selaras dengan misi perusahaan yang telah direncanakan. Istilah ini juga menunjukkan bahwa bisnis berupaya memperkuat area kelemahan mereka dan menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis mereka. Tujuan manajemen strategis, yang juga dikenal sebagai perencanaan strategis, tujuannya adalah untuk menilai dan memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia untuk menciptakan peluang baru, yang kemudian disebut sebagai strategi efektif bagi bisnis atau organisasi untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, mencapai tujuan bisnis, dan menerapkan kebijakan bisnis yang sukses (Kurniawan, 2016).

Daya Saing

Menurut Porter (2008) mendefinisikan daya saing adalah sebagai berikut: "Kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Bila sebuah organisasi melakukan pengembangan terus menerus akan mampu meningkatkan kinerja."

Awwad (2013) mendefinisikan daya saing sebagai kapasitas perusahaan untuk mengungguli bisnis lain di pasar atau industri yang sama berdasarkan sumber daya dan atributnya.

Produktivitas, yang menentukan keberhasilan peningkatan standar hidup bagi pelaku bisnis, terkait erat dengan daya saing. Produktivitas di tingkat UMKM sangat bergantung pada kemampuan untuk bekerja sama dengan perusahaan besar atau UMKM lainnya, mengembangkan keunggulan kompetitif, menerapkan manajemen yang sesuai, menggunakan teknologi yang sesuai, dan mempertahankan inovasi berkelanjutan, dengan memperhatikan kualitas, nilai, dan keunikan produk serta seberapa efisien produk tersebut diproduksi sehingga bisnis dapat bersaing (Ida et al., 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil, dan menengah, atau UMKM, sangat penting bagi perekonomian regional dan nasional. Mereka menyediakan kebutuhan pokok bagi masyarakat yang kurang beruntung dan terpinggirkan, UMKM sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang adil dan mengurangi kemiskinan, UMKM juga sangat penting untuk

pembangunan ekonomi yang merata. UMKM sangat penting bagi sebagian besar perekonomian di dunia, khususnya di negara-negara berkembang. UMKM membentuk sejumlah besar bisnis dan mempekerjakan banyak orang di negara-negara berkembang. (Sawal et al., 2021)

UMKM memainkan peran yang semakin penting terhadap evolusi pasar lokal dan luar negeri, mempengaruhi pertumbuhan berkelanjutan di bidang perdagangan, produksi dan jasa sehingga dapat menarik investasi (Sipa et al., 2015).

Digitalisasi

Era digital memang menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan saat ini. Istilah ini merujuk pada zaman di mana manusia telah memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi dan semuanya terhubung secara luas. Kehadiran teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan, dari cara berkomunikasi hingga cara bekerja dan belajar (Ahmadi, 2017). Perkembangan teknologi saat ini bukan hanya sebagai alat untuk transformasi, tetapi juga sebagai sarana utama dalam menyediakan informasi di berbagai bidang (Pebiola Rahmadani, 2024).

Berbagai pendapat tentang pandangan ilmuwan terhadap digitalisasi, diantaranya, 1) Digitalisasi adalah proses penting dalam transformasi media informasi dari bentuk analog atau tercetak menjadi bentuk digital. Ini melibatkan konversi teks, audio, atau video sehingga informasi dapat disimpan, ditransmisikan, dan diproses oleh komputer atau perangkat elektronik lainnya. 2) Digitalisasi adalah pengalihan media informasi dari analog ke digital, digitalisasi juga mencakup transformasi dari bentuk tercetak, audio, atau video menjadi format digital. 3) Digitalisasi melibatkan pembuatan salinan elektronik dari media tercetak, secara keseluruhan, digitalisasi memfasilitasi efisiensi dalam penyimpanan dan akses informasi, serta mendukung inovasi di berbagai sektor, termasuk pendidikan, komunikasi, dan industri (ABSUHALINI, t.t.).a

3. METODE PENELITIAN

Sugiyono (2019) mendefinisikan metode penelitian sebagai teknik ilmiah untuk mengumpulkan data untuk penggunaan dan tujuan tertentu. Dengan menggunakan teknik ilmiah, upaya penelitian didasarkan pada aspek rasional, empiris, dan metodis dari ilmu pengetahuan. Penelitian empiris didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat diamati oleh indra manusia; penelitian rasional didefinisikan sebagai sesuatu yang dilakukan dengan cara yang masuk akal dan dapat dijelaskan secara rasional; dan penelitian sistematis didefinisikan sebagai sesuatu yang dilakukan melalui langkah-langkah spesifik, logis, dan teratur.

Metodologi penelitian artikel ini adalah tinjauan literatur. Metode ini mencakup pemeriksaan berbagai publikasi ilmiah, termasuk laporan penelitian, opini ahli, dan jurnal nasional yang relevan dengan subjek "Penerapan Strategi Manajemen untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Era Digital." Pendekatan ini digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis ide, konsep, dan temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan implementasi strategi manajemen untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk meningkatkan pengetahuan tentang cara menggunakan strategi manajemen untuk meningkatkan daya saing UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) di era digital, peneliti telah melakukan riset dari beberapa sumber terkait yang mencakup judul penelitian, metode yang dipakai dan temuan utamanya yang relevan dengan topik yang diteliti.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.

No	Penelitian/tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Surya Ryan Pratamansyah (2025)	Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia	Kuantitatif	Menurut studi ini, kinerja UMKM meningkat sebesar 1,5 unit untuk setiap kenaikan satu unit pada variabel transformasi digital. Faktor yang sangat mempengaruhi adalah akses internet yang luas, literasi digital yang tinggi, serta dukungan pemerintah yang kuat. Bagi UMKM yang memanfaatkannya dengan baik, transformasi digital juga memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan prospek bisnis baru.
2	Faturrahman, Shoalihin, Shoalihin, Ega Saiful Subhan (2025)	Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal	Pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi	Kesimpulan studi ini menunjukkan bagaimana digitalisasi telah memperluas jangkauan pasar UMKM yang menjalani transformasi digital, meningkatkan pendapatan, membuka peluang bisnis baru, dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal. Infrastruktur yang tidak memadai, kurangnya keahlian teknologi, dan literasi digital yang kurang memadai masih menjadi tantangan. Hasil ini menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing UMKM di berbagai wilayah geografis.
3	Nesy Kartika Rahmawati, Ali	Pengaruh Transformasi Digital dalam	Teknik analisis data kuantitatif.	Digitalisasi penjualan menunjukkan pengaruh paling signifikan terhadap

Link akses: <https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk/article/view/475>

Link akses: <https://advancesinresearch.id/index.php/AMFR/article/view/622>

Muktiyanto, Heffi Christya Rahayu (2025) Peningkatan Pendapatan UMKM Perempuan di Jabodetabek

peningkatan pendapatan UMKM di Jabodetabek. Kendala seperti infrastruktur dan literasi digital masih menjadi kendala utama, namun UMKM perempuan mampu meningkatkan pendapatan berkat transformasi digital yang mendorong efisiensi dan akses pasar yang lebih luas.

Link

<http://repository.upp.ac.id/2566/1/Jurnal%20Sinta%204%20anggota%20Pengaruh%20Transformasi%20Digital%20Dalam%20Peningkatan%20Pendapatan.pdf>

4 Intan Putri, Ahmad Iman Mulyadi, Sri Dwi Fajarin, Rizki Eriyansyah (2023) Transformasi Digital UMKM di Kota Palembang Studi Lapangan

Proses transformasi UMKM digital berlangsung secara bertahap dan menuntut adaptasi strategi terhadap teknologi digital. Penggunaan platform digital memperluas jaringan pemasaran dan mempercepat layanan, meningkatkan loyalitas konsumen serta efisiensi operasional. Transformasi bukanlah proses yang mudah, melainkan memerlukan dukungan pendidikan dan infrastruktur.

Link akses: <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/download/456/222>

5 Muhammad Rafieq Adi Pradana, Epi Parela, Nanda Pramana Putra, Junaidi (2025) Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia Studi Sekunder

Analisis data sekunder dari berbagai penelitian menampilkan transformasi digital berkontribusi positif terhadap peningkatan daya saing dan produktivitas UMKM melalui efisiensi biaya dan kemudahan akses pasar, meskipun penerapan teknik digital masih beragam antar sektor usaha.

Link akses: <https://jurnal.stiekrakatau.ac.id/index.php/relevansi/article/view/112>

6 Silvia Nanda Amilia et al. (2024) Pengembangan UMKM Dalam Strategi Digitalisasi dan Adaptasi Terhadap Perubahan Era Digital Literature study

Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat karena pesatnya perkembangan bisnis di negara ini. Bisnis harus mengatasi hambatan dengan menerapkan teknologi dan memanfaatkannya dalam pemasaran dan penjualan karena hal tersebut telah menjadi kebutuhan dasar.

Link akses: <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/237>

7 Raditya Setiawan, Panggah Tuhu Prasetyo, Ahyar Yuniawan (2025) Strategi Pemasaran Digital untuk Kinerja Berkelanjutan UMKM: Tinjauan Pustaka Studi Sastra

Strategi pemasaran digital yang tepat memperkuat posisi UMKM secara kompetitif dengan memperluas akses pasar, meningkatkan penjualan secara konsisten, dan mempertahankan hubungan pelanggan. Penerapan pemasaran digital sebagai bagian integral dari strategi bisnis mampu meningkatkan keinginan usaha kecil dan menengah.

Link akses: <https://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/447>

8 Jose Antonio Clemente -Almendros, et al. Transformasi digital pada UKM: Memahami faktor penentu dan Kuantitatif

Transformasi digital mengarah pada efisiensi operasional yang meningkat dan perluasan pasar yang lebih luas.

(2024)

heterogenitas ukurannya

Deteksi heterogenitas hasil berdasarkan ukuran usaha menunjukkan UKM besar lebih cepat mengadopsi teknologi baru yang berdampak signifikan pada peningkatan daya saing.

Link akses: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160791X24000319>

9 Asyifah Fauzah
Delfira, Putri
Yuliarman,
Muhammad
Baihaqi, Lokot
Muda Harahap
(2025)

Analisis Permasalahan
Perkembangan UMKM
Terhadap Perekonomian
di Indonesia

Kualitatif
dengan
menggunakan
studi literatur.

UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, sangat penting bagi perekonomian Indonesia. karena meningkatkan pendapatan, PDB, dan lapangan kerja. UMKM, yang mempekerjakan hampir 97% angkatan kerja dan berkontribusi 61,07% terhadap PDB, merupakan komponen penting dari pertumbuhan ekonomi inklusif. Namun, ekspansi sektor ini masih terhambat oleh berbagai masalah seperti perubahan regulasi yang tidak konsisten, akses terhadap pendanaan, teknologi, dan pasar yang lebih besar.

Link akses: <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/3184>

10 Indra Muis (2025)

Kondisi Transformasi
Digital di Kalangan
UKM Indonesia:
Wawasan dari Tinjauan
Sistematis

Literatur review

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah, literasi digital, dan akses ke infrastruktur digital yang terjangkau memainkan peran penting dalam mempercepat adopsi digital.

Link akses: <https://greenpub.org/JIM/article/view/1227>

11 Rizky Ananda
Ariza, Nuri
Aslami (2021).

Analisis Strategi
Pemasaran Usaha Mikro
Kecil dan Menengah
(UMKM)
pada Era Digital
di Kota Medan

Kualitatif
dengan
melakukan
wawancara
engan
manajemen
tingkat atas atau
pemilik selama
acara
peluncuran
UMKM

Menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan para pesaing adalah taktik yang digunakan dalam perdagangan industri untuk meningkatkan pangsa pasar; pasar sasaran mereka biasanya adalah pasar khusus (niche).

Link akses: <https://journal.laaroiba.com/index.php/visa/article/view/834>

12 Elsa Melani,
Lingga Yuliana
(2024)

Analisis Strategi
Pemasaran UMKM
Sandal Era Digital: Studi
Kasus Juan Jaya Sandals

Kelebihan
deskriptif

UMKM Juan Jaya Sandals yang berada di Kabupaten Bogor menggunakan branding, informasi komprehensif, dan komunikasi visual sebagai bagian dari pendekatan pemasaran digitalnya.

Link akses: <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/view/3417>

13 Indriyani, I Putu
Bagus Wiranata,
Steven Hiu
(2024)

Strategi Peningkatan
Efisiensi Operasional
UMKM di Era Digital:
Pendekatan Kualitatif
dengan Business
Intelligence dalam
Implementasi E-
Commerce

literatur
komprehensif
dengan
mengidentifikasi faktor-faktor
yang
mempengaruhi
efisiensi
operasional
UMKM dalam

Pengembangan UMKM melalui teknologi, khususnya Business Intelligence (BI), mampu mengatasi tantangan seperti akses pasar, manajemen rantai pasokan, dan efisiensi operasional. Penerapan BI menawarkan wawasan mendalam tentang perilaku konsumen, tren pasar, dan kinerja bisnis, yang membantu UMKM membuat

			era digita keputusan strategis meningkatkan daya saing
Link akses: https://ejurnal-binainsani.ac.id/index.php/ITBI/article/view/2760			
14	Gisheilla Evangelista et al. (2023)	Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi	Liratur review
Kesuksesan digitalisasi UMKM, hal ini dipengaruhi oleh sejumlah elemen, termasuk kemampuan IT, Transaksi online, ketersediaan teknologi berkualitas tinggi, kemampuan manajemen SDM, dan faktor-faktor lain yang relevan dengan keadaan tertentu.			
15	Moh Afrizal Miradji. Et al. (2025)	Analisis Strategi Manajemen Digital pada UMKM dengan Upaya Meningkatkan Daya Saing di Pasar Lokal	Kualitatif deskriptif dan metode tinjauan literatur
UMKM dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional mereka dengan bantuan transformasi digital, sementara pendekatan digital dapat meningkatkan kesadaran dan loyalitas pelanggan. Dengan merangkul teknologi digital dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, UMKM dapat menjadi lebih kompetitif.			
Link akses: https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/ONM/article/view/20799			

Link akses: <https://ejurnal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/878>

Berdasarkan temuan dari beberapa artikel yang telah dicantumkan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa perspektif tentang penerapan strategi untuk UMKM, terutama di era digital saat ini. Misalnya, Pratamansyah (2025) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa transformasi digital secara signifikan berdampak positif terhadap kinerja UMKM, dengan faktor kunci berupa akses internet, literasi digital, dan dukungan pemerintah yang sangat menentukan keberhasilan digitalisasi dan daya saing UMKM. Temuan ini memperkuat pentingnya strategi manajemen yang adaptif dalam rangka mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM.

Penelitian oleh Faturrahman dkk. (2025) mengungkap bahwa digitalisasi tidak hanya memperluas pangsa pasar dan omzet UMKM, tetapi juga mendorong kesadaran masyarakat terhadap produk lokal, tekanan perlunya strategi manajemen yang mampu menjawab hambatan seperti rendahnya literasi digital dan infrastruktur yang belum merata. Hal ini berperan sebagai landasan teori yang mendukung fokus penelitian pada strategi manajemen digital.

Nesya Kartika Rahmawati et al. (2025) memberikan bukti empiris bahwa transformasi digital memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM, khususnya pelaku UMKM perempuan di Jabodetabek yang mampu mengoptimalkan efisiensi dan akses pasar berkat digitalisasi. Ini relevan dalam konteks strategi manajemen yang menitikberatkan pada pengembangan kapasitas sumber daya manusia sebagai kunci peningkatan daya saing.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Putri et al. (2023) menampilkan pentingnya proses adaptasi secara bertahap dalam transformasi UMKM digital, yang membutuhkan dukungan pendidikan dan infrastruktur, hal yang dapat dikelola melalui strategi manajemen yang responsif terhadap perubahan teknologi dan kondisi pasar.

Hasil studi Pradana et al. (2025) dengan pendekatan analisis data sekunder juga menunjukkan bahwa digitalisasi berdampak positif terhadap efisiensi biaya dan kemudahan akses pasar, tetapi tingkat penerapannya masih bervariasi antar sektor UMKM yang berarti strategi manajemen harus disesuaikan dengan karakteristik masing-masing sektor dan konteks usaha.

Secara keseluruhan, kesemua penelitian tersebut memberikan bobot teoritis dan aplikatif bahwa penerapan strategi manajemen adalah elemen krusial yang mendukung keberhasilan transformasi UMKM digital. Untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing UMKM di pasar yang sangat kompetitif, manajemen strategis membantu mengarahkan desain, pelaksanaan, dan penilaian aktivitas digitalisasi. Penelitian terdahulu juga memastikan bahwa tanpa strategi manajemen yang baik, berbagai potensi transformasi digital tidak dapat dioptimalkan secara efektif. Dengan demikian, judul penelitian Anda tepat menggambarkan tantangan dan potensi utama yang dihadapi UMKM dalam menghadapi era digital yang penuh dinamika.

5. KESIMPULAN

Agar UMKM menjadi lebih kompetitif di era digital, mereka harus mengadopsi teknik manajemen yang efisien. Bagi UMKM, digitalisasi menghadirkan peluang besar untuk meningkatkan penetrasi pasar, meningkatkan efektivitas operasional, dan memaksimalkan akses terhadap informasi dan teknologi. Namun, masih ada beberapa masalah yang harus diatasi, seperti rendahnya literasi digital, kurangnya pendanaan, dan infrastruktur yang buruk. Untuk membangun lingkungan yang kondusif bagi transformasi digital, bisnis, pemerintah, dan lembaga pendidikan harus bekerja sama. UMKM dapat lebih baik menghadapi persaingan internasional dan memanfaatkan kemungkinan teknologi digital dengan menerapkan teknik manajemen yang adaptif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Pradana, M. R., Parela, E., Pramana Putra, N., & Junaidi. (2024). Dampak transformasi digital pada kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 8(1), 25–29.
- Amilia, S. N., Zahro, A. H., Sari, F. S. B., Maharanie, P., & Ikaningtyas, M. (2024). Pengembangan UMKM dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Anggriani, I., Febrina, T., Zoniarti, Z., & Herlina, Y. (2023). Daya saing usaha agroforestri kopi di Desa Blitar Seberang, Kecamatan Sindang Kelangi, Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(2), 237–242.
- Ariza, R., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Medan. *VISA: Jurnal Visi dan Ide*, 1(2), 188–194.
- Clemente-Almendros, J. A., Nicoara-Popescu, D., & Pastor-Sanz, I. (2024). Digital transformation in SMEs: Understanding determinants and size heterogeneity. *Technology in Society*, 77, Article 102483.
- Delfira, A. F., Yuliarman, P., & Baihaqi, M. (2025). Analisis permasalahan perkembangan UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 4(1), 167–180.
- Evangelista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 33–42.
- Faturrahman, F., Subhan, E. S., & Shoalihin, S. (2025). Pengembangan UMKM berbasis transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 990–1008.
- Indriyani, I., Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital: Pendekatan kualitatif dengan business intelligence dalam implementasi e-commerce. *Informatics for Educators and Professional: Journal of Informatics*, 9(1), 23–32.
- Kartika Rahmawati, N., Muktiyanto, A., & Christya Rahayu, H. (2025). Pengaruh transformasi digital dalam peningkatan pendapatan UMKM perempuan di Jabodetabek. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 6(1), 70–87.
- Kurniawan, B. P. Y. (2016). Strategi dan prospek pengembangan jambu mete (*Anacardium occidentale L.*) Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 9(3), 242–258.

- Melani, E., & Yuliana, L. (2024). Analisis strategi pemasaran UMKM sandal era digital: Studi kasus Juan Jaya Sandals. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(4), 27–38.
- Miradji, M. A., Istikoroh, S., Fitri, N. L., Arista, C. D., & Boymau, N. (2025). Analisis strategi manajemen digital pada UMKM dalam upaya meningkatkan daya saing di pasar lokal. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 72–76.
- Muis, I. (2025). Keadaan transformasi digital di kalangan UKM Indonesia: Wawasan dari tinjauan sistematis. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(3), 1407–1419.
- Nisa, A., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi digital dan pertumbuhan UMKM: Analisis dampak teknologi pada kinerja usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 17–25.
- Putri, I., Mulyadi, A. I., Fajarini, S. D., & Eriyansyah, R. (2023). Transformasi digital UMKM Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 3(1), 28–40.
- Sartono, S., Subagyo, B. B., & Nurani, N. (2021). Usaha mikro kecil dan menengah: Struktur ekonomi, dinamika, perkembangan, dan tantangan UMKM di berbagai negara. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 2411–2429.
- Setiawan, R., Prasetyo, P. T., & Yuniawan, A. (2024). Strategi pemasaran digital untuk kinerja UMKM berkelanjutan: Tinjauan pustaka. *Cakrawala Penelitian*, 5(1), 33–46.
- Sholihah, W. (2025). Transformasi digital pada UMKM di Indonesia dalam menghadapi tantangan dan peluang. *Jurnal Media Akademik*.