

TINJAUAN REGULASI UMKM DALAM Mendukung TRANSFORMASI DAN Keberlanjutan BISNIS di ERA Digital

Muhammad Arbani

Fakultas Hukum, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Adhyaksa, Indonesia.

Email: muhammad.arbani@stih-adhyaksa.ac.id

Abstrak

Transformasi digital kini menjadi salah satu pendorong utama perekonomian global, yang secara signifikan mengubah dinamika bisnis sekaligus membuka peluang baru untuk pertumbuhan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji regulasi yang ada terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendukung transformasi dan keberlanjutan bisnis di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian kepustakaan untuk menganalisis regulasi yang diterapkan pada UMKM, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam mengimplementasikan regulasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan kunci keberlangsungan UMKM, namun membutuhkan peningkatan literasi digital, dukungan infrastruktur, dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan berbasis teknologi. Diskusi mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan industri 4.0, kemampuan konektivitas TI, dan dukungan manajemen puncak sangat penting untuk keberhasilan digitalisasi UMKM. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya regulasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan UMKM, serta pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan pelaku UMKM untuk menciptakan ekosistem yang mendukung transformasi digital dan keberlanjutan bisnis di masa depan. Selain itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan digital bagi UMKM juga menjadi aspek krusial untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan regulasi yang jelas dan dukungan yang memadai, UMKM dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan peluang yang ada. Oleh karena itu, sinergi antara berbagai pihak sangat diperlukan untuk memastikan keberhasilan transformasi digital UMKM di Indonesia.

Kata kunci : keberlanjutan, transformasi digital, regulasi

Abstract

Digital transformation is now one of the main drivers of the global economy, significantly changing business dynamics while opening up new opportunities for growth. This article aims to review existing regulations related to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in supporting business transformation and sustainability in the digital era. This research uses a qualitative approach with the library research method to analyze the regulations applied to MSMEs, as well as the challenges and opportunities faced in implementing these regulations. The research results show that digital transformation is the key to the sustainability of MSMEs, but requires increased digital literacy, infrastructure support, and policies that support technology-based growth. The discussion revealed that factors such as industry 4.0 knowledge, IT connectivity capabilities, and top management support are critical for the successful

digitalization of MSMEs. The conclusions of this research emphasize the need for regulations that are more adaptive and responsive to the needs of MSMEs, as well as the importance of collaboration between the government, the private sector and MSME players to create an ecosystem that supports digital transformation and business sustainability in the future. Apart from that, training and developing digital skills for MSMEs is also a crucial aspect to increase their competitiveness. With clear regulations and adequate support, MSMEs can more easily adapt to technological changes and take advantage of existing opportunities. Therefore, synergy between various parties is very necessary to ensure the success of the digital transformation of MSMEs in Indonesia.

Keywords: *Sustainability, Digital Transformation, Regulation*

Pendahuluan

Transformasi digital kini menjadi salah satu pendorong utama perekonomian global, yang secara signifikan mengubah dinamika bisnis sekaligus membuka peluang baru untuk pertumbuhan (Astuti & Rosita, 2024; Da'im et al., 2025; Syafika et al., 2025). Menurut Wilestari, (2023) era digital telah menghadirkan berbagai inovasi teknologi yang mendukung bisnis untuk beroperasi lebih efektif, menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dalam hal ini, transformasi digital bukan lagi sekadar opsi, melainkan kebutuhan mendesak untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin kompetitif (Mayang Larasati et al., 2024).

Transformasi digital kini menjadi salah satu pendorong utama perekonomian global, yang secara signifikan mengubah dinamika bisnis sekaligus membuka peluang baru untuk pertumbuhan (Riswanto et al., 2024; Suryahani et al., 2024). Menurut Prasetiasari (2023), era digital telah menghadirkan berbagai inovasi teknologi yang mendukung bisnis untuk beroperasi lebih efektif, menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dalam hal ini, transformasi digital bukan lagi sekadar opsi, melainkan kebutuhan mendesak untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin kompetitif (Riswanto et al., 2024).

Di Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pilar utama perekonomian dengan kontribusi yang signifikan terhadap PDB serta penciptaan lapangan kerja. Berdasarkan data BKPM (2021), UMKM menyumbang 60,5% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia (Maimuna et al., 2024). Fakta ini menegaskan pentingnya peran UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, meskipun perkembangan teknologi digital semakin pesat, banyak UMKM di Indonesia masih belum sepenuhnya mengadopsi teknologi tersebut, yang dapat menghambat potensi pertumbuhan dan daya saing mereka di pasar (Birgithri et al., 2024).

Berdasarkan Survei Nasional UMKM pada tahun 2022, hanya ada 17% UMKM di Indonesia yang memakai platform digital untuk memasarkan produk, dan hanya 10% yang memanfaatkan sistem informasi manajemen berbasis digital (Hamzah et al., 2023). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar (UMKM) belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan kinerja dan daya

saing mereka. Lambatnya adopsi teknologi digital oleh UMKM disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan pada akses internet, rendahnya literasi digital, serta minimnya dukungan pemerintah.

Salah satu hambatan utama adalah rendahnya akses internet di daerah pedesaan akibat keterbatasan infrastruktur digital. Menurut Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), penetrasi internet nasional pada tahun 2022 mencapai 77,03%, dengan disparitas signifikan antara wilayah perkotaan (90%) dan pedesaan (sekitar 60%) (Evangeulista et al., 2023). Infrastruktur digital yang tidak merata dan jaringan internet yang lambat di daerah terpencil semakin memperburuk situasi bagi UMKM dalam mengakses teknologi digital.

Kurangnya dukungan dari pemerintah turut menjadi faktor penghambat adopsi teknologi digital oleh UMK. Pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan program pelatihan dan pendampingan guna meningkatkan literasi digital UMKM. Selain itu, insentif seperti subsidi perangkat teknologi, pelatihan, dan konsultasi juga diperlukan untuk mendorong transformasi digital di kalangan UMKM.

Penelitian sebelumnya mengenai UMKM dan transformasi digital lebih banyak berfokus pada adopsi platform e-commerce, strategi pemasaran digital, dan integrasi alat digital untuk meningkatkan efisiensi operasional. Sebagai contoh, penelitian oleh Christiani (2024) membahas pentingnya literasi digital bagi UMKM dan bagaimana hal ini memengaruhi kemampuan mereka untuk bersaing di pasar global. Begitu pula, studi oleh Evangeulista et al. (2023) membahas tantangan dalam mengintegrasikan alat digital di dalam UMKM, khususnya terkait keterbatasan infrastruktur dan pengetahuan teknis. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Astuti dan Rosita (2024), mengkaji dampak ekonomi dari adopsi digital, yang menunjukkan bagaimana digitalisasi dapat meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional. Namun, penelitian-penelitian tersebut sering kali mengabaikan lingkungan regulasi yang mengatur transformasi digital pada UMKM. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis kerangka regulasi yang ada, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya, serta memberikan rekomendasi untuk kebijakan yang lebih efektif yang dapat mendorong transformasi digital pada UMKM.

Penelitian ini memperkenalkan perspektif baru mengenai regulasi terkait transformasi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, dengan fokus pada bagaimana regulasi yang ada mendukung atau menghambat keberlanjutan bisnis di era digital. Penelitian ini menyoroti kebutuhan akan kerangka hukum yang adaptif dan responsif yang dapat mengatasi tantangan teknologi yang dihadapi oleh UMKM. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada eksplorasi bagaimana regulasi digital dapat disesuaikan untuk mendorong ekosistem UMKM yang berkembang di Indonesia, sekaligus mengidentifikasi celah dalam kebijakan yang ada yang menghalangi adopsi digital secara penuh. Artikel ini juga menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan UMKM untuk menciptakan lingkungan yang mendukung transformasi digital.

Artikel ini bertujuan untuk meninjau regulasi-regulasi yang ada terkait UMKM dalam mendukung transformasi dan keberlanjutan bisnis di era digital. Dengan menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi, diharapkan dapat memberikan

rekomendasi strategis untuk memperkuat peran regulasi dalam mendukung UMKM sebagai motor penggerak ekonomi di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode library research (penelitian pustaka) untuk mengkaji aspek hukum perlindungan UMKM dalam penjualan di platform e-commerce. Penelitian ini mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, serta peraturan perundang-undangan yang relevan. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menggali secara mendalam tentang perlindungan hukum bagi UMKM yang beroperasi di pasar digital, serta tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan transaksi di e-commerce.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi solusi hukum yang dapat diimplementasikan guna meningkatkan perlindungan bagi UMKM dalam dunia digital. Melalui analisis terhadap literatur yang ada, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai peran hukum dalam mendukung UMKM di era digital dan memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan usahanya secara daring.

Hasil dan Pembahasan

A. Perlindungan Hukum terhadap UMKM dalam Penjualan E-Commerce di Indonesia

Di era digital yang terus berkembang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang semakin penting dalam perekonomian Indonesia. Digitalisasi membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkenalkan inovasi produk dan layanan. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini secara optimal, UMKM membutuhkan regulasi yang tepat dan relevan yang dapat mendukung keberlanjutan mereka di dunia digital. Berbagai regulasi terkait UMKM di era digital mencakup aspek perlindungan data pribadi, pajak, transaksi elektronik, hingga penggunaan platform e-commerce. Berikut adalah pembahasan terkait regulasi UMKM di era digital, beserta pasal-pasal yang relevan.

Seiring dengan semakin banyaknya transaksi digital yang melibatkan pengumpulan data pribadi konsumen, perlindungan data pribadi menjadi aspek yang sangat penting dalam regulasi UMKM di era digital.

1. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)
 - a. Pasal 1: Menyebutkan definisi tentang data pribadi dan berbagai istilah yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, termasuk dalam konteks transaksi digital.
 - b. Pasal 11: Mengatur kewajiban pengendali data pribadi untuk menjamin perlindungan data pribadi yang dikelola, baik dalam pengumpulan, penyimpanan, dan penggunaan data pribadi untuk kepentingan bisnis. Ini

- sangat relevan bagi UMKM yang beroperasi secara online dan mengumpulkan data pelanggan untuk keperluan pemasaran dan transaksi.
- c. Pasal 15: Memberikan hak kepada subjek data pribadi untuk meminta penghapusan atau perbaikan data pribadi mereka yang dikelola oleh pengendali, yang penting dalam konteks transaksi digital UMKM.

UMKM yang beroperasi di dunia digital juga harus mematuhi peraturan perpajakan, baik yang berkaitan dengan penghasilan maupun transaksi elektronik. Regulasi yang ada bertujuan untuk mengakomodasi perubahan dan perkembangan ekonomi digital. Salah satu regulasi penting yang mengatur perpajakan bagi UMKM digital adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) (Evangeulista et al., 2023).

Pasal 3 dalam UU HPP mengatur tentang kewajiban Pajak Penghasilan (PPh) yang dikenakan pada UMKM, termasuk yang menjalankan usaha digital. Dalam hal ini, UMKM digital yang memiliki omzet tertentu dapat menikmati tarif pajak yang lebih rendah dan penghitungan pajak yang lebih sederhana. Selanjutnya, Pasal 4 mengatur kewajiban PPh Final untuk UMKM dengan omzet tertentu yang melakukan usaha secara online. Penerapan pajak final memberikan kemudahan bagi UMKM dalam memenuhi kewajiban pajaknya, tanpa proses administrasi yang rumit. Terakhir, Pasal 10 mengatur pajak atas transaksi digital internasional. Bagi UMKM yang melakukan penjualan secara internasional melalui platform digital, mereka akan dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Regulasi ini memberikan kemudahan bagi UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka, termasuk yang beroperasi secara digital.

Salah satu aspek penting dalam regulasi UMKM di era digital adalah transaksi melalui platform e-commerce, yang semakin populer di kalangan UMKM untuk menjual produk mereka. Dengan berkembangnya platform digital, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP 80/2019) mengatur tentang kewajiban penyelenggara platform e-commerce dalam mendukung transaksi yang aman dan transparan bagi pelaku usaha UMKM.

Pasal 5 dalam PP 80/2019 mengatur kewajiban penyelenggara platform e-commerce untuk mendaftarkan usaha mereka dan menyediakan fasilitas transaksi yang aman bagi para pelaku usaha UMKM. Pasal 7 menyebutkan bahwa penyelenggara platform e-commerce wajib memastikan adanya mekanisme transaksi yang aman, serta menyediakan perlindungan bagi konsumen, yang sangat relevan bagi UMKM yang berjualan melalui platform digital. Selain itu, Pasal 8 mengatur tentang kewajiban penyelenggara e-commerce untuk menjaga kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM, serta memberikan solusi bagi konsumen jika terjadi masalah dengan produk yang dibeli. Regulasi ini memberikan kepastian hukum bagi UMKM yang

menggunakan platform digital untuk menjual produk mereka, serta memastikan perlindungan konsumen dalam transaksi digital.

UMKM yang ingin beradaptasi dengan era digital memerlukan pendampingan, pelatihan, dan akses ke teknologi. Pemerintah dan lembaga terkait memiliki kewajiban untuk memberikan dukungan tersebut. Salah satu regulasi yang mendukung pemberdayaan UMKM adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Pasal 8 dalam UU UMKM mengatur tentang hak UMKM untuk mendapatkan bantuan pembiayaan, pelatihan, dan pendampingan yang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha digital (Agit & Muharram, 2024). Pasal 18 juga memberikan fasilitas insentif pajak dan kemudahan perizinan untuk UMKM yang menjalankan usaha berbasis teknologi digital, guna mendorong lebih banyak UMKM untuk bertransformasi ke dunia digital. Regulasi ini mengakomodasi kebutuhan UMKM untuk mendapatkan bantuan yang relevan, termasuk dalam aspek digitalisasi.

Regulasi UMKM di era digital sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha dapat berkembang dengan aman dan efektif di dunia digital. Melalui peraturan terkait perlindungan data pribadi, keamanan transaksi elektronik, perpajakan, dan perdagangan melalui platform e-commerce, pemerintah telah menciptakan landasan hukum yang jelas bagi UMKM digital. Pasal-pasal dalam berbagai undang-undang dan peraturan tersebut memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi pelaku UMKM yang ingin beradaptasi dengan perubahan teknologi, sehingga mereka dapat memanfaatkan peluang yang ada tanpa mengabaikan kewajiban hukum mereka.

B. Strategi Yang UMKM Gunakan Dalam Menghadapi Digitalisasi

UMKM juga memahami betapa pentingnya digitalisasi untuk menghadapi era disruptif dan menjaga kelangsungan usaha mereka dalam menghadapi kompetisi yang semakin intens. Meskipun terdapat berbagai strategi digitalisasi yang dapat diterapkan, setiap UMKM harus menyesuaikannya dengan kebutuhan dan kondisi bisnis mereka masing-masing.

Penelitian tentang digitalisasi UMKM terus berkembang seiring dengan meningkatnya pemahaman akan pentingnya transformasi digital dalam dunia bisnis. UMKM dari berbagai skala dan sektor semakin menyadari bahwa digitalisasi merupakan kunci untuk dapat bersaing dan bertahan di tengah era yang penuh perubahan ini. Namun, penerapan digitalisasi bukanlah hal yang mudah bagi UMKM. Mereka harus memperhitungkan berbagai faktor untuk menghindari kegagalan yang dapat berdampak buruk pada bisnis mereka (Bahasoan et al., 2025).

Berbagai strategi digitalisasi yang dapat diterapkan oleh UMKM antara lain memperbarui bisnis mereka dengan teknologi terbaru, mengoptimalkan konten menggunakan praktik SEO terbaik, memanfaatkan platform media sosial yang efisien biaya untuk membangun merek dan mempromosikan produk,

menggunakan alat analisis seperti Google Analytics, mengimplementasikan teknologi keuangan (FinTech), serta mendigitalisasi sumber daya manusia. Selain itu, penting untuk memastikan adanya infrastruktur digital yang berkualitas dan terjangkau. UMKM juga perlu mengadopsi literasi digital, memberikan pelatihan dan pendidikan tentang e-commerce, memperluas jaringan internet, meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu sosial, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi yang mendukung praktik ramah lingkungan (green practices). Kolaborasi dengan pihak eksternal, memanfaatkan dukungan pemerintah dan insentif yang tersedia, serta melakukan pembelajaran dan penyesuaian yang berkelanjutan juga menjadi faktor penting dalam strategi digitalisasi UMKM.

Perlu diingat bahwa setiap strategi tersebut disesuaikan dengan negara yang relevan dan hasil penelitian yang dilakukan dalam konteks spesifiknya. Oleh karena itu, strategi yang paling efektif untuk UMKM dapat bervariasi tergantung pada negara dan kondisi yang berbeda.

C. Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Yang Memengaruhi Digitalisasi UMKM

Transformasi digital pada UMKM menjadi solusi krusial dalam menghadapi tantangan era disruptif saat ini. Berbagai faktor mendorong UMKM untuk beradaptasi dengan digitalisasi, di antaranya permintaan pelanggan, persaingan pasar, inovasi produk dan layanan, nilai tambah yang bisa diberikan, serta pemanfaatan data secara optimal. Penelitian mengenai digitalisasi UMKM semakin berkembang dan mencakup berbagai aspek, seperti faktor-faktor yang mempengaruhi digitalisasi, strategi yang diterapkan, serta keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi perubahan ini. Masing-masing faktor tersebut memberikan pengaruh besar terhadap jalannya proses bisnis di UMKM. Berikut adalah beberapa penelitian terkait dengan faktor-faktor digitalisasi UMKM (Anwar et al., 2024).

Keberhasilan digitalisasi UMKM bergantung pada sejumlah faktor kunci. Faktor-faktor tersebut meliputi keterampilan di bidang teknologi informasi (TI), kemampuan manajerial dalam mengelola sumber daya manusia, transaksi secara daring, ketersediaan teknologi berkualitas, serta kesesuaian teknologi dan tema yang relevan dengan organisasi. Selain itu, faktor lingkungan, harapan, sikap, serta kontrol perilaku yang dirasakan juga turut memengaruhi.

Aspek lain yang penting adalah norma subjektif, niat perilaku, penggunaan pemasaran digital yang efektif, kenyamanan dalam pembayaran, profitabilitas, gender, serta program pelatihan yang ada. Ukuran bisnis, pelatihan yang disponsori pemerintah, sektor bisnis, dan tingkat pengalaman juga berperan dalam digitalisasi. Dukungan dari manajemen puncak, sumber daya yang kompatibel, biaya transisi, perubahan budaya, kemampuan TI, serta penerapan sistem digitalisasi dan otomatisasi proses sangat penting untuk keberhasilan tersebut. Faktor-faktor seperti pengetahuan dan keterampilan terkait industri 4.0, kemampuan konektivitas TI, teknologi yang ramah pengguna, motivasi intrinsik, serta kesiapan untuk mengadopsi digitalisasi dalam UMKM, khususnya di sektor

kuliner, juga memiliki peran signifikan dalam kesuksesan proses digitalisasi (Astuti & Rosita, 2024).

Bagi UMKM, sangat penting untuk memperhatikan faktor-faktor tersebut dan mengambil langkah-langkah strategis untuk menghadapi tantangan sekaligus memanfaatkan peluang dalam proses digitalisasi. Beberapa langkah utama yang perlu diambil antara lain adalah peningkatan keterampilan digital, dukungan dari manajemen puncak, penyesuaian budaya organisasi, pemahaman yang mendalam tentang teknologi yang diterapkan, serta kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini dan menerapkan strategi yang tepat, UMKM dapat meraih kesuksesan dalam digitalisasi dan tetap mampu bersaing dalam era digital yang terus berkembang.

Kesimpulan

Kesimpulan dari pembahasan mengenai regulasi dan digitalisasi UMKM di era digital menunjukkan bahwa peraturan yang mendukung transformasi digital sangat penting untuk keberlanjutan dan perkembangan UMKM. Regulasi yang ada, seperti perlindungan data pribadi, perpajakan digital, dan transaksi melalui platform e-commerce, memberikan landasan hukum yang jelas dan perlindungan yang diperlukan oleh UMKM yang beroperasi di dunia digital. Selain itu, peraturan mengenai pelatihan dan bantuan pembiayaan juga mendukung UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi digital. Dengan adanya regulasi yang relevan, UMKM dapat memanfaatkan peluang digitalisasi untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan berinovasi tanpa mengabaikan kewajiban hukum mereka.

Selain regulasi, faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM juga harus diperhatikan, seperti keterampilan teknologi, kemampuan manajerial, dan dukungan dari pihak eksternal. UMKM perlu menyusun strategi digitalisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mereka, seperti memperbarui teknologi, menggunakan media sosial untuk pemasaran, dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Faktor-faktor seperti dukungan manajemen, keterampilan digital, dan kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan budaya menjadi kunci sukses dalam menghadapi era digital yang disruptif. Dengan demikian, UMKM yang mampu mengoptimalkan regulasi dan strategi digitalisasi yang tepat akan mampu bertahan dan bersaing di pasar global.

BIBLIOGRAFI

- Agit, A., & Muharram, S. (2024). Urgensi Integrasi Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Adaptabilitas dan Kinerja Bisnis di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta*, 2, 1506–1519.
- Anwar, M. C., Andini, S. A., Adellia, E. A., & Yulaeli, T. (2024). Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi terhadap Keberlanjutan UKM di Indonesia (Studi Literature Review). *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 2(2).
- Astuti, E. D., & Rosita, R. (2024). Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan*

- Manajemen*, 2(4), 119–134.
- Bahasoan, A. N., Indayani, B., & Azis, M. S. (2025). Transformasi digital pada UMKM: Penggerak pertumbuhan ekonomi dan inklusi di negara berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9–19.
- Birgithri, A., Syafira, T., Louise, N., Birgithri, A., Syafira, T., & Louise, N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM untuk Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. *Technomedia Journal*, 9(1), 117–129.
- Christiani, L., Kelly, N. J., & Morgan, J. (2024). The Structural Origins of Racial Inequality and Attitudes toward Redistribution. *Race and Social Problems*, 1–12.
- Da'im, S., Ali, M., Novita, D., & Fais, M. A. (2025). Analisis ekonomi kreatif dan penggunaan teknologi digital studi tentang transformasi dan peluang pertumbuhan bisnis. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(1), 1–14.
- Evangeulista, 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.
- Hamzah, M., Ningsih, R. F. Y., ZA, U. F., Ummah, M. U., & Fitriya, L. (2023). Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM di Indonesia (Studi Literature Review). *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 109–118.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktaviany, O., & Agit, A. (2024). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, 1(1), 187–198.
- Mayang Larasati, S. E., Nasrudin, S. E., & Tojiri, Y. (2024). *E-commerce dan Transformasi Pemasaran: Strategi Menghadapi Era Digital*. Takaza Innovatix Labs.
- Prasetyasari, C., Suwalla, N., Lubis, I. H., Andrini, A. R., Delviane, A., Sitohang, C. P., Andriani, T. P., Markis, M., Istighfari, I., & Gaol, F. L. (2023). Pentingnya Kesadaran Hukum Masyarakat untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital pada Kelurahan Sembulang Kecamatan Rempang Pulau Galang Kota Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19–25. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2376>
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suryahani, I., Nurhayati, N., & Gunawan, E. R. S. (2024). *Buku Referensi Dinamika Global Perekonomian Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Syafika, N., Nurpratiwi, A., Ismail, L., & Nasriah, N. (2025). Ketika Tren Menjadi Peluang: Analisis Sosiologi Ekonomi Atas Perilaku Bisnis Gen Z di Era Digital. *Journal of Management and Social Sciences*, 4(1), 37–46.
- Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdwiyanto, A. (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 259–268.

Copyright holder:
Muhammad Arbani (2025)

First publication right:
Syntax Admiration

This article is licensed under:

