
**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS DIGITAL DI KABUPATEN
BANGGAI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING**

***DIGITAL-BASED MSME DEVELOPMENT STRATEGY IN BANGGAI REGENCY TO
ENHANCE COMPETITIVENESS***

¹✉ **Vivian Nova**

Prodi Bisnis Digital Politeknik Banggai Industri Luwuk Banggai
ianvj77@gmail.com

²**Rifqah Ramdhana Jufri**

Prodi Ilmu Administrasi Negara STIA Abdul Haris Makassar
rifqah.ramdhana18@gmail.com

³**Andi Muhammad Lukman**

Prodi Manajemen Informatika ASMI Publik Makassar
lulu2k7@gmail.com

⁴**Amal Nur**

Prodi Bisnis Digital Politeknik Banggai Industri Luwuk Banggai
amalnur01@yahoo.com

⁵**Muhtar**

Prodi Bisnis Digital Politeknik Banggai Industri Luwuk Banggai
muhtarmagister000@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membuka peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkuat daya saing di tengah perubahan pasar yang semakin kompetitif. Kabupaten Banggai sebagai salah satu wilayah dengan pertumbuhan UMKM yang pesat turut merasakan dampak dari perubahan tersebut. Namun, dinamika ini juga diiringi oleh berbagai tantangan, terutama terkait rendahnya literasi digital, keterbatasan akses permodalan, serta kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap teknologi baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM berbasis digital yang relevan dan efektif dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha di Kabupaten Banggai. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam bersama pelaku UMKM, pejabat Dinas Koperasi dan UMKM, serta pendamping usaha di wilayah tersebut. Metode ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi lapangan serta kebutuhan aktual pelaku UMKM dalam proses transformasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penguatan UMKM harus berfokus pada transformasi digital yang menyeluruh, meliputi pelatihan penggunaan platform e-commerce, optimalisasi media sosial untuk pemasaran, penguatan digital branding, serta pemanfaatan layanan keuangan digital seperti e-wallet dan fintech lending. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah daerah, komunitas UMKM, lembaga keuangan, dan pihak swasta menjadi faktor penting dalam membangun ekosistem digital yang berkelanjutan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan perlunya pengembangan ekosistem digital terpadu di Kabupaten Banggai, pembentukan inkubator bisnis lokal yang dapat mendampingi pelaku usaha secara berkelanjutan, serta percepatan akses permodalan berbasis teknologi. Upaya-upaya tersebut diharapkan mampu memperkuat kemampuan adaptasi UMKM sekaligus meningkatkan daya saing mereka di era ekonomi digital.

Kata Kunci: UMKM, Strategi Digital, Daya Saing, Transformasi Digital, Kabupaten Banggai.



ABSTRACT

The rapid development of digital technology in recent years has created significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve operational efficiency, expand market reach, and strengthen competitiveness amid increasingly dynamic and competitive market conditions. Banggai Regency, as one of the regions experiencing rapid MSME growth, has also felt the impact of these changes. However, this progress is accompanied by various challenges, particularly the low level of digital literacy, limited access to capital, and the ability of business actors to adapt to new technologies. This study aims to analyze relevant and effective digital-based MSME development strategies to enhance the competitiveness of business actors in Banggai Regency. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through in-depth interviews with MSME actors, officials from the Office of Cooperatives and MSMEs, and business facilitators within the region. This method was chosen to obtain a comprehensive understanding of field conditions and the actual needs of MSMEs in their digital transformation process. The findings indicate that MSME strengthening strategies must focus on comprehensive digital transformation, including training on e-commerce platforms, optimization of social media for marketing, enhancement of digital branding, and the utilization of digital financial services such as e-wallets and fintech lending. Furthermore, collaboration among local governments, MSME communities, financial institutions, and private stakeholders plays a crucial role in building a sustainable digital ecosystem. Based on these findings, this study recommends the development of an integrated digital ecosystem in Banggai Regency, the establishment of local business incubators to provide continuous assistance to business actors, and the acceleration of technology-based access to capital. These efforts are expected to strengthen the adaptive capacity of MSMEs and improve their competitiveness in the digital economy era.

Keywords: MSMEs, Digital Strategy, Competitiveness, Digital Transformation, Banggai Regency.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk di Kabupaten Banggai. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian daerah, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola aktivitas ekonomi, UMKM dituntut untuk lebih adaptif agar mampu mempertahankan eksistensi dan memperluas pasar usahanya. Transformasi digital menjadi salah satu langkah strategis yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM untuk menghadapi arus persaingan yang semakin kompleks.

Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan teknologi digital mendorong UMKM untuk beralih dari metode bisnis konvensional menuju pemanfaatan teknologi informasi. Pemerintah Indonesia juga telah menunjukkan komitmen kuat terhadap digitalisasi UMKM melalui berbagai program nasional, salah satunya Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Program ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal sekaligus mempercepat adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha. Kebijakan tersebut menjadi peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan usaha secara lebih efektif dan efisien.

Namun demikian, upaya digitalisasi pada tingkat daerah masih menghadapi berbagai tantangan. Di Kabupaten Banggai, pelaku UMKM menunjukkan keragaman kondisi dan kendala yang cukup signifikan. Beberapa isu utama yang ditemukan meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap perangkat dan jaringan internet, minimnya inovasi produk, serta kurang optimalnya pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial untuk pemasaran. Faktor-faktor tersebut menyebabkan UMKM di Kabupaten Banggai memiliki daya saing yang relatif lebih



rendah jika dibandingkan dengan daerah lain di Provinsi Sulawesi Tengah yang telah lebih dahulu mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya.

Melihat kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini diarahkan untuk menganalisis kondisi aktual digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai sekaligus mengidentifikasi berbagai hambatan yang dihadapi pelaku usaha dalam proses transformasi digital. Selain itu, penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang tepat, aplikatif, dan berkelanjutan untuk memperkuat kapasitas UMKM lokal. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah daerah, lembaga pendamping, dan pelaku UMKM dalam mendukung agenda pembangunan ekonomi dan peningkatan daya saing daerah. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Bagaimana kondisi digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai?, 2. Apa saja hambatan utama yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital?, 3. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui digitalisasi?.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena digitalisasi UMKM secara mendalam di Kabupaten Banggai. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai kondisi aktual yang dialami pelaku usaha dalam menghadapi transformasi digital. Metode deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti tidak hanya menggambarkan fakta di lapangan, tetapi juga menafsirkan makna dari pengalaman dan perilaku pelaku UMKM dalam konteks perubahan teknologi. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menggali dinamika sosial, ekonomi, serta tantangan struktural yang memengaruhi proses digitalisasi UMKM.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan berbagai informan kunci. Informan terdiri dari pelaku UMKM di Kabupaten Banggai, pejabat Dinas Koperasi dan UMKM, serta pendamping usaha yang memiliki pengalaman langsung dalam program pengembangan UMKM. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan semi-terstruktur untuk memberikan ruang bagi informan menjelaskan pandangan dan pengalamannya secara rinci. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh data yang kaya, mendalam, serta relevan dengan tujuan penelitian.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan observasi lapangan dan studi dokumentasi sebagai teknik pendukung. Observasi dilakukan untuk melihat langsung aktivitas usaha, penggunaan teknologi digital, serta kondisi infrastruktur yang tersedia bagi UMKM. Sementara itu, dokumentasi diperoleh dari laporan pemerintah daerah, data Dinas Koperasi dan UMKM, serta dokumen pendukung lainnya yang menjelaskan perkembangan UMKM di Kabupaten Banggai. Kombinasi tiga teknik ini bertujuan memperkuat validitas data melalui triangulasi.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih, menyederhanakan, dan mengorganisasikan hasil wawancara serta observasi agar mudah dianalisis. Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi secara sistematis dalam bentuk narasi, tabel, atau kategori tematik. Selanjutnya, penarikan kesimpulan



dilakukan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta implikasi yang muncul dari temuan penelitian. Proses analisis dilakukan secara berulang hingga peneliti menemukan kesimpulan yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pelaku UMKM, pejabat pemerintah daerah, dan pendamping usaha. Sementara triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Langkah ini bertujuan memastikan bahwa data yang diperoleh akurat, valid, dan mencerminkan kondisi lapangan secara obyektif. Dengan metodologi yang terstruktur ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis digital di Kabupaten Banggai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini menguraikan kondisi digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai, hambatan yang dihadapi pelaku usaha, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing di era digital.

Digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan meningkatnya penggunaan media sosial, platform marketplace, dan layanan pembayaran digital oleh pelaku usaha. Namun, tingkat pemanfaatannya masih belum optimal karena sebagian besar UMKM berada pada tahap dasar, seperti promosi online tanpa manajemen pemasaran digital yang terstruktur. Selain itu, literasi digital pelaku UMKM masih bervariasi sehingga adopsi teknologi digital sering dilakukan tanpa perencanaan yang matang. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi masih berada pada fase transisi yang membutuhkan intervensi lebih strategis dari pemerintah daerah dan lembaga pendukung lainnya.

Berbagai hambatan turut memperlambat percepatan digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai, mulai dari keterbatasan infrastruktur internet di beberapa wilayah, rendahnya kemampuan penggunaan teknologi digital, minimnya modal usaha, hingga kurangnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya transformasi digital. Pelaku UMKM yang berada di desa-desa terpencil cenderung menghadapi tantangan lebih besar karena akses informasi dan fasilitas digital yang terbatas. Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih ragu untuk beralih ke metode digital karena menganggap penggunaan aplikasi atau platform online memerlukan biaya dan kemampuan teknis yang sulit dikuasai.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM berbasis digital, diperlukan strategi yang bersifat kolaboratif dan berkelanjutan. Pemerintah daerah dapat memperkuat program pendampingan UMKM berbasis digital melalui pelatihan pemasaran online, manajemen keuangan digital, dan penggunaan teknologi seperti aplikasi POS atau platform e-commerce. Kerja sama dengan pihak swasta, perguruan tinggi, dan komunitas digital juga penting dalam menciptakan ekosistem pendukung yang mendorong inovasi. Selain itu, peningkatan kualitas jaringan internet, penyediaan fasilitas akses teknologi di desa-desa, serta pemberian insentif bagi UMKM yang

mengadopsi teknologi digital dapat menjadi langkah strategis dalam memperkuat daya saing UMKM di Kabupaten Banggai di era ekonomi digital.

1. Kondisi Digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat digitalisasi UMKM di Kabupaten Banggai masih berada pada tahap awal (basic digital adoption). Sebagian besar pelaku UMKM sudah menggunakan smartphone dan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram, namun pemanfaatannya masih bersifat sederhana sebagai sarana komunikasi dan promosi dasar.

Hanya sebagian kecil UMKM yang telah memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, atau aplikasi lokal. Penggunaan teknologi untuk pengelolaan keuangan dan administrasi usaha (misalnya aplikasi kasir digital dan pembukuan online) juga masih terbatas. Keterampilan digital yang belum merata menjadi salah satu faktor yang menghambat percepatan digitalisasi.

Meskipun demikian, terdapat potensi besar karena semakin meningkatnya kesadaran pelaku UMKM untuk beralih ke pemasaran digital, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mendorong perubahan pola belanja masyarakat ke ranah online.

2. Hambatan Utama UMKM dalam Transformasi Digital

Penelitian mengidentifikasi beberapa hambatan penting sebagai berikut:

a. Rendahnya Literasi Digital

Banyak pelaku UMKM belum memahami cara menggunakan platform digital secara optimal, baik untuk pemasaran, pembayaran digital, maupun manajemen bisnis. Ketidakpahaman ini membuat mereka kesulitan beradaptasi dengan ekosistem digital.

b. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Beberapa wilayah Kabupaten Banggai masih memiliki akses internet yang kurang stabil, terutama di daerah pesisir dan pedalaman. Kondisi ini menyulitkan pelaku usaha untuk mengakses informasi dan memasarkan produk secara online.

c. Minimnya Inovasi dan Pengemasan Produk

UMKM lokal masih dominan menggunakan teknik produksi dan pengemasan tradisional yang kurang kompetitif untuk pasar digital. Hal ini berdampak pada rendahnya daya tarik produk ketika dipromosikan secara online.

d. Terbatasnya Akses Permodalan

Akses terhadap pembiayaan digital seperti fintech lending masih rendah karena pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. Selain itu, sebagian pelaku tidak memiliki catatan keuangan yang memadai sebagai syarat pengajuan modal.

e. Kurangnya Pendampingan Terstruktur

Program pendampingan UMKM di tingkat daerah belum berjalan optimal dan cenderung tidak berkelanjutan. Kegiatan pelatihan yang ada seringkali hanya bersifat formalitas, belum fokus pada praktik langsung dan tindak lanjut.

3. Strategi Penguatan dan Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Digital

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa strategi utama yang direkomendasikan adalah:

a. Penguatan Literasi Digital Melalui Pelatihan Terstruktur

Pemerintah daerah perlu menyediakan pelatihan digital yang lebih praktis



dan berjenjang, seperti:

- 1) Pelatihan pemasaran digital (digital marketing);
- 2) Penggunaan platform e-commerce; dan
- 3) Pengelolaan keuangan digital dan aplikasi kasir, Pendampingan harus dilaksanakan secara berkelanjutan, bukan hanya pelatihan satu kali.

b. Pembangunan Ekosistem Digital Daerah

Pengembangan platform marketplace lokal, pusat data UMKM, dan digital center dapat menjadi sarana pendukung UMKM untuk meningkatkan eksposur produk.

c. Peningkatan Akses Permodalan Digital

Kolaborasi dengan lembaga keuangan dan fintech dapat mempercepat akses pembiayaan UMKM. Pemerintah dapat memfasilitasi literasi keuangan dan digital bagi pelaku UMKM agar lebih siap mengakses modal.

d. Penguatan Kolaborasi Multi-Stakeholder

Kemitraan antara pemerintah daerah, komunitas UMKM, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan perusahaan swasta menjadi kunci dalam mempercepat transformasi digital. Kolaborasi ini dapat menghadirkan inovasi, pelatihan, serta pendampingan intensif.

e. Inovasi Produk dan Penguatan Branding Lokal

UMKM perlu didorong untuk meningkatkan inovasi produk melalui pengemasan modern, standar kualitas, serta strategi branding digital yang lebih profesional agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital merupakan kebutuhan mendesak bagi UMKM di Kabupaten Banggai, namun tingkat adopsinya masih berada pada tahap dasar akibat rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, minimnya inovasi produk, terbatasnya akses permodalan, serta kurangnya pendampingan berkelanjutan. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan strategi terpadu melalui peningkatan kapasitas digital pelaku usaha, pembangunan ekosistem digital daerah, penguatan inovasi produk, serta kolaborasi antara pemerintah, UMKM, lembaga keuangan, perguruan tinggi, komunitas, dan stakeholder swasta. Implementasi program pelatihan berjenjang, penyediaan pusat layanan digital UMKM, perluasan akses internet, pemanfaatan e-commerce dan pembukuan digital, dukungan pembiayaan berbasis teknologi, serta pendampingan intensif diharapkan mampu mempercepat transformasi digital dan meningkatkan daya saing UMKM Kabupaten Banggai secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D., & Pratama, A. (2021). Analisis Kesiapan Digital UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(3), 201–212.
- Ariani, D., & Pratama, A. (2021). Analisis Kesiapan Digital UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(3), 201–212.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Laporan Survei Internet APJII 2023*. Jakarta: APJII.



-
- Baihaqi, I. (2020). Transformasi Digital UMKM dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Digital*, 5(1), 77–89.
- Baihaqi, I. (2020). Transformasi Digital UMKM dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Digital*, 5(1), 77–89.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-Time Marketing for Enhanced Customer Experience. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 420–432.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-Time Marketing for Enhanced Customer Experience. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 420–432.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Deloitte. (2020). *Digital SMEs: Driving Indonesia's Economic Growth Through Technology Adoption*. Singapore: Deloitte Southeast Asia.
- Deloitte. (2020). *Digital SMEs: Driving Indonesia's Economic Growth Through Technology Adoption*. Singapore: Deloitte Southeast Asia.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banggai. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Kabupaten Banggai Tahun 2022–2023*. Luwuk: Diskop UKM.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2017). *Marketing Strategy* (7th ed.). Cengage Learning.
- Hadi, S., & Rahmawati, R. (2022). Adopsi Teknologi Digital pada UMKM di Wilayah Timur Indonesia. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Daerah*, 10(2), 55–68.
- Hadi, S., & Rahmawati, R. (2022). Adopsi Teknologi Digital pada UMKM di Wilayah Timur Indonesia. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Daerah*, 10(2), 55–68.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson.
- Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Strategi Transformasi Digital UMKM*. Jakarta: KemenKopUKM.
- McKinsey Global Institute. (2020). *Digital Adoption and Productivity in Southeast Asia*. Singapore: McKinsey & Company.
- McKinsey Global Institute. (2020). *Digital Adoption and Productivity in Southeast Asia*. Singapore: McKinsey & Company.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nugroho, A., & Fajar, M. (2020). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 7(2), 101–115.
- Nugroho, A., & Fajar, M. (2020). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 7(2), 101–115.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. (2014). How Smart, Connected Products Are

Transforming Competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64–88.

Porter, M. E., & Heppelmann, J. (2014). How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64–88.

Pratiwi, L. (2021). Analisis Daya Saing UMKM dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Strategis*, 6(1), 21–32.

Pratiwi, L. (2021). Analisis Daya Saing UMKM dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Strategis*, 6(1), 21–32.

Rahman, A., & Lestari, D. (2023). Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong Digitalisasi UMKM. *Jurnal Administrasi Publik Nusantara*, 3(2), 89–102.

Rahman, A., & Lestari, D. (2023). Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong Digitalisasi UMKM. *Jurnal Administrasi Publik Nusantara*, 3(2), 89–102.

Setiawan, A., & Rachmawati, R. (2021). Digitalisasi UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 145–158.

Smith, A., & Anderson, J. (2020). Small Business Digital Transformation. *Journal of Business Research*, 112, 383–395.

Smith, A., & Anderson, J. (2020). Small Business Digital Transformation. *Journal of Business Research*, 112, 383–395.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu, Strategi, dan Kebijakan*. Jakarta: LP3ES.

Wahyuni, S., & Hidayat, A. (2020). Penguatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 33–45.

World Bank. (2021). *Digital Transformation for Economic Recovery*. Washington DC: The World Bank Group.

Yunus, E., & Rezki, A. (2022). Pemanfaatan E-Commerce bagi UMKM dalam Era Transformasi Digital. *Jurnal Teknologi dan Sosial*, 4(1), 45–58.

Zahra, S., & George, G. (2002). Absorptive Capacity and Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.

Zahra, S., & George, G. (2002). Absorptive Capacity and Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.