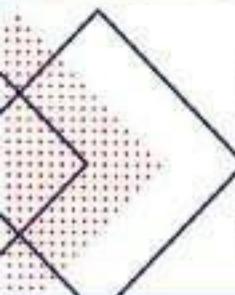




PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM DI ERA DIGITAL

**Langkah Praktis Menuju
Bisnis Berkelanjutan**



**Inti Nuswandari, M.M.
Muh. Ali Maskuri, S.E., M.M.
Muhammad Irfan Wahyutama, M.M.
Dr. Susanti Widhiastuti, S.E., M.M.
Eka Avianti Aynuningtyas, S.E., MBA.
Dr. Ir. Titing Widyastuti, MM.
Idham Maulana Oktora, S.M., M.M.**

**Dr. Taufik, S.E., M.M.
Angraita Primatami, S.E., M.E.
Miralda Indarti, S.Ip., M.M.
Estuti Fitri Hartini, S.E., M.M.
Sumarso, S.E., M.M.
Yuridistya Primadhita, S.E., M.E.
Prof. Dr. Slamet Ahmadi, M.M.**



**PENGELOLAAN
KEUANGAN UMKM
DI ERA DIGITAL:
Langkah Praktis Menuju
Bisnis Berkelanjutan**

UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerjemahan dan pengadaptasian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerbitan, penggandaan dalam segala bentuknya, dan pendistribusian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada poin kedua di atas yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya buku ini, yang berjudul "Pengelolaan Keuangan UMKM di Era Digital: Langkah Praktis Menuju Bisnis Berkelanjutan". Buku ini lahir dari keinginan kami untuk memberikan panduan praktis kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan pengelolaan keuangan di era digital yang terus berkembang.

Kami menyadari bahwa perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar terus berubah. Oleh karena itu, kami berharap buku ini tidak hanya menjadi referensi, tetapi juga menjadi inspirasi bagi pelaku UMKM untuk terus belajar, berinovasi, dan berkembang.

Dalam proses penyusunan buku ini, kami mendapatkan banyak dukungan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga, kolega, dan para profesional yang telah memberikan masukan berharga. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pembaca, khususnya para pelaku UMKM, akademisi, dan siapa pun yang peduli terhadap pengembangan UMKM di era digital.

Akhir kata, kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran demi penyempurnaan di masa mendatang.

Selamat membaca, dan semoga buku ini menjadi bekal berharga dalam perjalanan Anda menuju pengelolaan keuangan yang lebih baik dan bisnis yang berkelanjutan.

Bogor, 8 Maret 2025

Hormat kami,

Tim Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| PRAKATA..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| 1 | 1 |
| BAB 1:..... | 1 |
| PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI UMKM | 1 |
| ABSTRAK..... | 1 |
| I. PENDAHULUAN..... | 2 |
| II. STATE OF THE ART | 3 |
| III. PEMBAHASAN..... | 5 |
| IV. KESIMPULAN | 45 |
| V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)..... | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 48 |
| PROFIL PENULIS..... | 49 |
| 2 | 50 |
| BAB 2:..... | 50 |
| DASAR-DASAR KEUANGAN UNTUK UMKM..... | 50 |
| ABSTRAK..... | 50 |
| I. PENDAHULUAN..... | 51 |
| II. STATE OF ART | 52 |
| III. PEMBAHASAN..... | 53 |
| IV. KESIMPULAN | 69 |
| V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 71 |
| PROFIL PENULIS..... | 75 |
| 3 | 76 |
| BAB 3: | 76 |
| iv | |
| DIGITALISASI KEUANGAN UMKM | 76 |

| | |
|---|------------|
| ABSTRAK | 76 |
| I. PENDAHULUAN | 77 |
| II. PEMBAHASAN | 77 |
| III. KESIMPULAN | 86 |
| IV. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA | 87 |
| PROFIL PENULIS | 88 |
| 4 | 83 |
| BAB 4: | 83 |
| PENGELOLAAN KAS DAN LIKUIDITAS | 83 |
| ABSTRAK | 83 |
| I. PENDAHULUAN | 84 |
| II. STATE OF THE ART | 85 |
| III. PEMBAHASAN | 86 |
| IV. KESIMPULAN | 112 |
| V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA | 116 |
| PROFIL PENULIS | 120 |
| 5 | 116 |
| BAB 5: | 116 |
| PENDEKATAN HOLISTIK DALAM INVESTASI BERBASIS DAMPAK UNTUK KEBERLANJUTAN UMKM | 116 |
| ABSTRAK | 116 |
| I. PENDAHULUAN | 117 |
| II. STATE OF THE ART | 119 |
| III. PEMBAHASAN | 120 |
| IV. KESIMPULAN | 133 |
| V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 135 |
| DAFTAR PUSTAKA | 137 |
| PROFIL PENULIS | 142 |
| 6 | 137 |
| BAB 6: | 137 |
| MANAJEMEN MODAL KERJA DI ERA DIGITAL | 137 |

| | |
|---|-----|
| ABSTRAK..... | 137 |
| I. PENDAHULUAN..... | 139 |
| III. PEMBAHASAN..... | 141 |
| IV. KESIMPULAN | 178 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 180 |
| PROFIL PENULIS..... | 185 |
| 7..... | 187 |
| BAB 7:..... | 187 |
| SUMBER PEMBIAYAAN UMKM DI ERA DIGITAL..... | 187 |
| ABSTRAK..... | 187 |
| I. PENDAHULUAN..... | 188 |
| II. STATE OF THE ART | 189 |
| III. PEMBAHASAN..... | 190 |
| IV. KESIMPULAN | 224 |
| V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)..... | 226 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 228 |
| PROFIL PENULIS..... | 229 |
| 8..... | 222 |
| BAB 8: | 222 |
| MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN (<i>FINANCIAL RISK MANAGEMENT</i>) | 222 |
| ABSTRAK..... | 222 |
| I. PENDAHULUAN..... | 223 |
| II. STATE OF THE ART | 227 |
| III. PEMBAHASAN..... | 229 |
| IV. KESIMPULAN | 241 |
| V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)..... | 241 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 243 |
| PROFIL PENULIS..... | 246 |
| 9..... | 247 |
| BAB 9:..... | 247 |
| INVESTASI UNTUK KEBERLANJUTAN UMKM | 247 |
| ABSTRAK..... | 247 |

| | | |
|------|---|-----|
| I. | PENDAHULUAN | 248 |
| II. | STATE OF THE ART | 249 |
| III. | PEMBAHASAN..... | 250 |
| IV. | KESIMPULAN | 278 |
| V. | REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)..... | 279 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 280 |
| | PROFIL PENULIS..... | 283 |
| 10 | | 277 |
| | BAB 10 | 277 |
| | MENGELOLA UTANG DAN PEMBIAYAAN BERKELANJUTAN | 277 |
| | ABSTRAK..... | 277 |
| I. | PENDAHULUAN..... | 278 |
| II. | STATE OF THE ART | 279 |
| III. | PEMBAHASAN..... | 279 |
| IV. | KESIMPULAN | 299 |
| V. | REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 301 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 303 |
| | PROFIL PENULIS..... | 305 |
| 11 | | 304 |
| | BAB 11 | 304 |
| | PENGELOLAAN PAJAK DAN KEPATUHAN HUKUM..... | 304 |
| | ABSTRAK..... | 304 |
| I. | PENDAHULUAN..... | 305 |
| II. | STATE OF THE ART | 307 |
| III. | PEMBAHASAN..... | 307 |
| IV. | KESIMPULAN | 321 |
| V. | REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 323 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 324 |
| | PROFIL PENULIS..... | 326 |
| 12 | | 325 |
| | BAB 12..... | 325 |
| | PENGUKURAN KINERJA UMKM..... | 325 |
| | ABSTRAK..... | 325 |

| | | |
|------|---|-----|
| I. | PENDAHULUAN | 326 |
| II. | STATE OF THE ART | 328 |
| III. | PEMBAHASAN..... | 330 |
| IV. | KESIMPULAN | 347 |
| V. | REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)..... | 348 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 349 |
| | PROFIL PENULIS..... | 350 |
| 13 | | 349 |
| | BAB 13 | 349 |
| | PERAN TEKNOLOGI <i>FINTECH</i> DALAM UMKM..... | 349 |
| | ABSTRAK..... | 349 |
| I. | PENDAHULUAN | 350 |
| II. | STATE OF THE ART | 354 |
| III. | PEMBAHASAN..... | 355 |
| IV. | KESIMPULAN | 373 |
| V. | REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 373 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 375 |
| | PROFIL PENULIS..... | 378 |
| 14 | | 376 |
| | BAB 14 | 376 |
| | STRATEGI KEBERLANJUTAN UNTUK UMKM..... | 376 |
| | DI ERA DIGITAL..... | 376 |
| | ABSTRAK..... | 376 |
| I. | PENDAHULUAN | 377 |
| II. | STATE OF THE ART | 379 |
| III. | PEMBAHASAN..... | 379 |
| IV. | KESIMPULAN | 403 |
| V. | REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>) | 405 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 406 |
| | PROFIL PENULIS..... | 414 |

14

BAB 14:

STRATEGI KEBERLANJUTAN UNTUK UMKM DI ERA DIGITAL

Prof. Dr. Slamet Ahmadi, M.M.

Universitas IPWIJA

e-mail: slametahmadi10@gmail.com

ABSTRAK

Di tengah pesatnya perubahan teknologi, UMKM perlu memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara responsif. Strategi utama yang diusulkan mencakup pengembangan sumber daya manusia, penerapan pemasaran digital, pengelolaan keuangan yang efisien, serta kolaborasi dengan perusahaan teknologi. Digitalisasi memberikan peluang signifikan bagi UMKM untuk meningkatkan daya tahan melalui platform *e-commerce*, media sosial, dan pembayaran digital. Pemanfaatan data analitik untuk memahami perilaku pelanggan juga menjadi alat penting dalam pengambilan keputusan berbasis fakta. Inovasi produk dan layanan berbasis teknologi mendukung UMKM untuk memenuhi preferensi pasar yang terus berubah. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya, rendahnya literasi digital, dan infrastruktur yang tidak memadai menjadi hambatan yang harus

diatasi. Dukungan pemerintah, termasuk akses pembiayaan, pendampingan teknis, dan pelatihan literasi digital, menjadi faktor penting dalam memastikan keberlanjutan UMKM di era ini. Keberhasilan transformasi digital UMKM juga ditunjukkan melalui penerapan strategi keberlanjutan yang mencakup inovasi produk ramah lingkungan, pengelolaan limbah berbasis *zero waste*, dan pendekatan fleksibel dalam model bisnis. Studi kasus menggarisbawahi pentingnya personalisasi layanan, penguatan loyalitas pelanggan, serta kemitraan dengan komunitas dan perusahaan teknologi dalam mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Integrasi teknologi modern dengan strategi adaptif memungkinkan UMKM tidak hanya bertahan tetapi juga tumbuh di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci: UMKM, Digitalisasi, Inovasi Produk, Pemasaran Digital, Efisiensi Operasional, Keberlanjutan,

I. PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting sebagai pilar perekonomian, namun menghadapi tantangan besar untuk bertahan dan berkembang. Transformasi digital telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat. Meski demikian, proses ini juga memerlukan penyesuaian signifikan, terutama dalam penguasaan teknologi dan pengelolaan sumber daya yang terbatas.

Digitalisasi memberikan berbagai keuntungan, seperti yang dijelaskan oleh Garzoni et al. (2020), bahwa pendekatan *multi-level* dalam transformasi digital memungkinkan UMKM mengidentifikasi tantangan dan peluang secara lebih terstruktur. Teng et al. (2022) menambahkan bahwa penerapan teknologi seperti kecerdasan buatan dan big data berkontribusi positif pada peningkatan kinerja UMKM. Namun, keberhasilan transformasi digital juga memerlukan

perencanaan yang matang, sebagaimana diungkapkan Zhang et al. (2022), di mana adopsi teknologi yang tepat menjadi faktor utama untuk keberhasilan UMKM dalam beradaptasi.

Selain teknologi, literasi keuangan dan digital juga memainkan peran penting. Penelitian Del Rosa et al. (2022) menunjukkan bahwa peningkatan literasi di kedua bidang ini mampu mendorong pertumbuhan omzet, khususnya di sektor kuliner. Dalam aspek pemasaran, Malesev & Cherry (2021) menemukan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, meningkatkan pangsa pasar, keterlibatan pelanggan, dan kesadaran merek.

Meskipun peluangnya besar, tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan teknologi, dan resistensi terhadap perubahan sering kali menghambat proses digitalisasi. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga swasta, dan perusahaan teknologi, menjadi sangat penting. Pendampingan berupa pelatihan, bantuan teknis, serta kemitraan strategis dapat membantu UMKM menghadapi hambatan ini.

Secara keseluruhan, untuk mencapai keberlanjutan di era digital, UMKM perlu mengintegrasikan teknologi dalam proses bisnis, meningkatkan literasi digital dan keuangan, serta mengadopsi inovasi yang berkelanjutan serta pengembangan kemitraan strategis. Dengan pendekatan ini, UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Strategi keberlanjutan ini menjadikan UMKM lebih siap menghadapi tantangan di era transformasi digital yang terus berubah.

II. STATE OF THE ART

Pembahasan mengenai materi strategi keberlanjutan untuk UMKM di era digital dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Menyusun Strategi Keuangan Jangka Panjang:** Pembahasan dalam sub-bab ini meliputi komponen utama, langkah-langkah menyusun strategi jangka panjang UMKM, serta tantangan yang dihadapi dalam menyusun strategi keuangan jangka panjang.
2. **Inovasi dan Adaptasi untuk Keberlanjutan Bisnis:** Pembahasan dalam sub bab ini meliputi aspek utama inovasi yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis, alasan pentingnya adaptasi teknologi oleh UMKM beserta manfaatnya, jenis-jenis inovasi yang relevan, strategi penyesuaian produk dan layanan yang dapat diterapkan oleh UMKM, serta contoh keberhasilan inovasi pada UMKM yang meningkatkan daya saing dan relevansi pasar.
3. **Manfaat Digitalisasi untuk Daya Tahan dan Perkembangan UMKM:** Bagian ini membahas mengenai beberapa manfaat digitalisasi untuk daya tahan dan perkembangan UMKM, cara untuk mengurangi ketakutan UMKM dalam proses digitalisasi dan tahapan UMKM untuk *go-online*, membahas kolaborasi UMK dengan perusahaan teknologi serta tantangan yang dihadapi saat berkolaborasi dengan perusahaan teknologi, serta contoh transformasi digital pada UMKM di Indonesia.
4. **Kasus Praktis:** contoh UMKM yang Berhasil Mencapai Keberlanjutan di Era Digital

III. PEMBAHASAN

A. Menyusun Strategi Keuangan Jangka Panjang

Strategi keuangan jangka panjang merupakan rencana keuangan yang dirancang untuk mencapai tujuan keuangan bisnis dalam periode yang lebih panjang, biasanya lima hingga sepuluh tahun. Bagi UMKM, strategi ini sangat penting untuk memastikan

keberlangsungan dan pertumbuhan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang berubah.

Komponen Utama

Dalam konteks ini, strategi keuangan jangka panjang terdiri dari beberapa komponen utama (Rakhmadhani & Napisah, 2022; Ariyati et al., 2021; Widyastuti & Parianom, 2022) yaitu:

1. **Perencanaan Keuangan yang Matang:** Perencanaan keuangan yang baik adalah langkah awal dalam menyusun strategi keuangan jangka panjang. UMKM perlu menetapkan tujuan keuangan yang jelas, seperti peningkatan pendapatan, pengurangan biaya, dan peningkatan laba. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi posisi usaha dan merumuskan strategi yang tepat. Untuk melakukan hal ini, UMKM harus:
 - a. Menetapkan tujuan keuangan yang jelas, seperti peningkatan pendapatan, penurunan biaya operasional, dan pengelolaan laba.
 - b. Menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memahami posisi bisnis di pasar dan menyusun langkah strategis yang sesuai.
 - c. Membuat anggaran tahunan dengan memperhitungkan pendapatan, pengeluaran, investasi, dan dana cadangan.
 - d. Memantau dan mengevaluasi rencana secara berkala, misalnya setiap kuartal, untuk memastikan bahwa bisnis tetap berada di jalur yang benar.
2. **Pengelolaan Arus Kas yang Efisien:** Arus kas adalah aspek penting dalam manajemen keuangan. UMKM harus memastikan bahwa mereka memiliki cukup likuiditas untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan mendukung operasional sehari-hari. Hal yang dapat dilakukan oleh UMKM yaitu:

- a. Melakukan pencatatan transaksi secara rinci, baik pemasukan maupun pengeluaran, untuk mengetahui kondisi keuangan secara *real-time*.
 - b. Mengatur jadwal pembayaran dan penerimaan agar tidak terjadi ketimpangan waktu antara uang masuk dan keluar.
 - c. Menyediakan dana darurat, idealnya setara dengan tiga hingga enam bulan pengeluaran operasional, untuk mengantisipasi ketidakpastian.
3. **Diversifikasi Sumber Pendanaan:** UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam mendapatkan akses ke pembiayaan. Selain mengandalkan pinjaman bank, UMKM juga dapat memper-
timbang alternatif pembiayaan. Beberapa opsi pendanaan meliputi:
- a. **Pinjaman Bank:**
 - 1) Menawarkan solusi pembiayaan dengan bunga kompetitif.
 - 2) Ideal untuk kebutuhan modal besar, seperti pembelian alat produksi atau ekspansi bisnis.
 - 3) UMKM harus mempersiapkan laporan keuangan yang rapi untuk memenuhi syarat pengajuan pinjaman.
 - b. **Kemitraan Strategis:**
 - 1) Bermitra dengan investor individu atau perusahaan yang bersedia memberikan modal dengan imbalan saham atau keuntungan tertentu.
 - 2) Kemitraan ini tidak hanya menyediakan modal tetapi juga dukungan jaringan dan pengetahuan bisnis.
 - c. **Alternatif Pembiayaan Lain:**
 - 1) *Fintech lending*, yang memberikan pinjaman cepat dengan proses digital.
 - 2) Skema pembiayaan syariah, yang cocok untuk UMKM berbasis halal atau yang menghindari bunga.

4. **Investasi dalam Teknologi dan Inovasi:** Penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, UMKM perlu merencanakan anggaran untuk investasi dalam teknologi yang relevan dengan bisnis mereka.
5. **Penyusunan Laporan Keuangan yang Transparan:** Penyusunan laporan keuangan yang transparan dan akurat adalah bagian penting dari strategi keuangan jangka panjang. Laporan keuangan yang baik tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dari investor dan kreditor.
 - a. **Peran Laporan Keuangan:** Laporan keuangan adalah alat penting dalam pengambilan keputusan. Laporan ini memberikan gambaran tentang kesehatan finansial bisnis, yang meliputi: Laporan laba rugi, Neraca keuangan dan Laporan arus kas.
 - b. **Literasi Keuangan:** UMKM harus meningkatkan literasi keuangan untuk memahami laporan keuangan dan memanfaatkannya dalam pengambilan keputusan strategis. Pemilik usaha dapat:
 - 1) Mengikuti pelatihan literasi keuangan melalui lembaga pemerintah, komunitas bisnis, atau platform *online*.
 - 2) Menggunakan *software* keuangan berbasis *cloud* seperti QuickBooks atau Xero untuk menyederhanakan pencatatan.
 - 3) Transparansi laporan keuangan juga meningkatkan kepercayaan mitra, investor, dan lembaga pembiayaan, sehingga UMKM lebih mudah mendapatkan pendanaan
6. **Pelatihan dan Pengembangan SDM:** Sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan kompeten adalah aset berharga bagi UMKM. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan dan pengembangan SDM harus menjadi bagian dari strategi keuangan jangka panjang. Pelatihan yang tepat dapat meningkatkan keterampilan

karyawan dalam manajemen keuangan, pemasaran, dan teknologi.

Langkah Menyusun Strategi Jangka Panjang UMKM

Terdapat beberapa langkah dalam menyusun strategi jangka panjang pada UMKM (Della, olsera.com, 2024; Yulianti et al., 2022; Jumardi & Widiastuti, 2021; Usmayanti, 2023):

| No | Langkah-langkah | Penjelasan |
|----|--|--|
| 1 | Membuat Rencana Anggaran | Identifikasi semua sumber pendapatan dan pengeluaran. |
| | | Mengalokasikan dana untuk inventaris, gaji, pemasaran, dan pengembangan usaha. |
| 2 | Memantau Arus Kas Secara Berkala | Lakukan pemantauan arus kas harian, mingguan, dan bulanan. |
| | | Identifikasi tren dan pengelolaan kekurangan dana. |
| 3 | Melakukan Analisis Biaya dan Efisiensi | Analisis biaya untuk menemukan area pengeluaran yang dapat dikurangi. |
| | | Tinjau kontrak dengan pemasok dan evaluasi kebutuhan inventaris. |
| 4 | Memisahkan Keuangan Bisnis dan Pribadi | Jaga keuangan bisnis terpisah dari keuangan pribadi. |
| | | Buka rekening bank khusus untuk bisnis. |

| No | Langkah-langkah | Penjelasan |
|----|--|--|
| 5 | Manfaat Teknologi Keuangan | Gunakan perangkat lunak akuntansi atau ap |
| | | Permudah pengelolaan pembukuan dan pencatatan |
| 6 | Memperhitungkan Sumber Pendanaan Eksternal | Pahami syarat dan ketentuan sebelumnya. |
| 7 | Konsultasi dengan Ahli Keuangan | Jika kesulitan dalam mengatur keuangan, konsultasikan dengan ahli keuangan atau akuntan. |

Dengan menerapkan langkah-langkah di atas, UMKM dapat menyusun strategi keuangan jangka panjang yang solid. Hal ini tidak hanya akan membantu dalam mengelola arus kas dan pengeluaran, tetapi juga memaksimalkan keuntungan serta memastikan keinginan untuk melakukan usaha di masa depan.

Tantangan Menyusun Strategi Keuangan Jangka Panjang

Pengelolaan keuangan yang baik adalah kunci sukses bagi UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis yang ada. Selain itu, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam menyusun strategi keuangan jangka panjang (Rifda, izin.co.id, 2024; Ramadhini et al., 2023; Gusneli, 2023; Permana, 2023; Mashudi et al., 2023) yaitu:

1. **Keterbatasan Modal Awal:** UMKM sering kali mengalami kesulitan dalam mengumpulkan modal awal yang cukup untuk mendukung investasi teknologi atau ekspansi usaha. Hal ini membatasi kemampuan mereka dalam mengimplementasikan strategi keuangan jangka panjang.

2. **Rendahnya Literasi Keuangan:** Banyak pemilik UMKM yang belum memahami cara menyusun laporan keuangan atau mengelola anggaran dengan efektif. Akibatnya, mereka tidak dapat memaksimalkan potensi pendapatan atau mengelola risiko keuangan dengan baik.
3. **Kurangnya Akses ke Pembiayaan Formal:** UMKM sering kali tidak memenuhi persyaratan pinjaman bank, seperti laporan keuangan yang terstruktur atau jaminan aset. Alternatif seperti *fintech* atau *crowdfunding* pun terkadang belum dimanfaatkan secara optimal.
4. **Ketidakstabilan Ekonomi:** Faktor eksternal, seperti fluktuasi harga bahan baku atau perubahan kebijakan ekonomi, dapat memengaruhi prediksi keuangan jangka panjang UMKM.
5. **Kurangnya Dukungan Teknologi:** UMKM yang tidak menggunakan teknologi keuangan modern menghadapi kesulitan dalam memonitor arus kas dan menyusun strategi berbasis data.

Studi Kasus: Penerapan Strategi Keuangan yang Sukses

Kasus: "Toko Terang Terus"

Toko Terang Terus adalah sebuah UMKM yang bergerak dalam usaha kuliner yang berlokasi di Yogyakarta. UMKM ini mengalami kenaikan penjualan dan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dengan cara mengadopsi strategi keuangan jangka panjang. Langkah yang telah dilakukan yaitu:

1. Memanfaatkan *software* keuangan untuk mencatat transaksi secara real-time dan mengelola inventaris.
2. Diversifikasi pendanaan melalui pinjaman *fintech* untuk ekspansi usaha.
3. Transparansi laporan keuangan, yang membuat mereka mendapatkan kepercayaan investor lokal.
4. Investasi teknologi pemasaran, seperti iklan digital di media sosial, untuk meningkatkan omset.

B. Inovasi Dan Adaptasi Untuk Keberlanjutan Bisnis

Inovasi dan adaptasi merupakan dua elemen kunci yang sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mencapai keberlanjutan bisnis, terutama di era digital yang ditandai dengan perubahan cepat dalam teknologi dan perilaku konsumen. Dalam konteks ini, UMKM harus mampu berinovasi dalam model bisnis dan strategi operasional mereka untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Subardjo & Rahmawati, 2022). Komponen yang dilakukan dengan mengetahui:

Aspek Utama dari Inovasi dan Adaptasi yang dapat Mendukung Keberlanjutan Bisnis

Beberapa aspek utama dari inovasi dan adaptasi yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis (Fitriasari et al., 2021; Hidayah et al., 2023; Astohar et al., 2023):

1. **Inovasi Produk dan Layanan:** Dengan mengembangkan produk atau layanan yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan tren, UMKM dapat mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru. Inovasi ini mencakup pengembangan produk baru, peningkatan kualitas, atau penyesuaian fitur berdasarkan umpan balik pelanggan.
2. **Pemanfaatan Teknologi Digital:** Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Contohnya, penggunaan media sosial untuk pemasaran, platform *e-commerce* untuk penjualan, serta alat analitik data untuk memahami perilaku pelanggan dan preferensi pasar.
3. **Model Bisnis yang Fleksibel:** Fleksibilitas dalam model bisnis bisa diwujudkan dengan menyesuaikan strategi pemasaran, merespons kebutuhan baru, atau membuka lini bisnis baru. Misalnya, selama pandemi, banyak UMKM yang beralih ke model bisnis *online* atau menyediakan layanan pengiriman untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih memilih belanja daring.

4. **Peningkatan Layanan Pelanggan:** Inovasi dalam layanan pelanggan, seperti pengenalan program loyalitas, personalisasi layanan, atau respons cepat terhadap keluhan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong retensi pelanggan. Dengan layanan yang unggul, UMKM mampu mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang ketat.
5. **Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM):** Pelatihan karyawan dan pengembangan keterampilan baru membantu meningkatkan produktivitas dan kreativitas, yang pada gilirannya mendukung upaya inovasi. Dengan tim yang kompeten, UMKM dapat lebih mudah mengimplementasikan perubahan, meningkatkan kualitas layanan, dan merespons perubahan pasar dengan cepat.
6. **Adaptasi terhadap Perubahan Peraturan dan Kebijakan:** Bisnis yang berkelanjutan perlu responsif terhadap perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah. Misalnya, perubahan peraturan pajak, standar keamanan produk, atau peraturan lingkungan dapat memengaruhi operasional bisnis. UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan regulasi akan lebih mudah menjaga kelancaran operasional dan menghindari risiko sanksi atau penalti.
7. **Peningkatan Literasi Keuangan:** Literasi keuangan juga merupakan faktor penting dalam keberlanjutan bisnis UMKM. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dapat membantu pemilik usaha dalam merencanakan dan mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

Teknologi yang dapat Diadopsi oleh UMKM

Adaptasi teknologi menjadi suatu keharusan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertahan dan berkembang di era digital.

Berikut adalah beberapa teknologi penting yang dapat diadopsi oleh UMKM beserta manfaatnya (grebegumkmdiy.com, 2024; Fachrurozi, news.bsi.ac.id, 2024):

1. **E-commerce:** *E-commerce* memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjual produk mereka tanpa batasan geografis. Manfaat utama dari *e-commerce* meliputi:
 - a. **Akses pasar yang luas:** UMKM dapat menjangkau konsumen di daerah atau negara yang berbeda.
 - b. **Efisiensi operasional:** Proses penjualan, pembayaran, dan pengiriman dapat diotomatisasi, mengurangi waktu dan biaya.
 - c. **Peningkatan visibilitas:** Produk lebih mudah ditemukan melalui pencarian *online*.
 - d. **Implementasi:** UMKM dapat bergabung dengan *marketplace* besar seperti Tokopedia atau Shopee, atau membangun toko *online* sendiri menggunakan platform seperti Shopify atau WordPress.
2. **Media Sosial:** Media sosial merupakan alat pemasaran yang hemat biaya dengan dampak besar. Keuntungan dari adaptasi media sosial meliputi:
 - a. **Interaksi langsung:** UMKM dapat terhubung dengan pelanggan melalui komentar, pesan, atau unggahan.
 - b. **Promosi murah dan efektif:** Iklan berbayar di platform seperti Facebook dan Instagram membantu menjangkau audiens yang relevan.
 - c. **Peningkatan kesadaran merek:** Konten kreatif seperti video atau ulasan produk dapat menarik perhatian konsumen.
 - d. **Contoh:** UMKM *fashion* memanfaatkan fitur live shopping di TikTok untuk memamerkan produk secara langsung kepada pelanggan, yang meningkatkan penjualan.

3. **Alat Analitik:** Alat analitik membantu UMKM memahami perilaku pelanggan dan tren pasar. Beberapa alat yang dapat digunakan meliputi:
 - a. **Google Analytics:** Melacak aktivitas di situs web, termasuk jumlah pengunjung dan perilaku pembelian.
 - b. **Customer Relationship Management (CRM):** Mengelola data pelanggan untuk memberikan layanan yang lebih personal.

Jenis Inovasi untuk UMKM

Terdapat beberapa jenis inovasi yang relevan untuk UMKM (Saputra, ukmindonesia.id, 2024; Putri & Widadi, 2024) yaitu:

1. Inovasi Produk

Inovasi produk bertujuan untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Hal ini mencakup:

- a. **Pengembangan produk baru:** Menciptakan solusi unik, seperti makanan organik atau produk ramah lingkungan.
- b. **Peningkatan kualitas:** Menggunakan bahan baku berkualitas tinggi atau teknologi canggih.
- c. **Penyesuaian dengan tren pasar:** Mengadopsi gaya, rasa, atau desain yang sedang digemari.

Contoh: UMKM kuliner lokal dapat mengembangkan varian rasa baru yang unik, seperti kopi dengan rasa durian, untuk menarik perhatian pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif.

2. Inovasi Layanan Pelanggan

Meningkatkan layanan pelanggan membantu UMKM menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Beberapa strategi inovasi layanan pelanggan meliputi:

- a. **Personalisasi layanan:** Memberikan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan.

- b. **Pengenalan program loyalitas:** Menawarkan diskon atau hadiah bagi pelanggan tetap.
- c. **Respon cepat melalui digital:** Menggunakan chatbot atau sistem komunikasi berbasis media sosial untuk melayani pelanggan secara *real-time*.

Contoh: Sebuah toko pakaian *online* memberikan konsultasi gaya pribadi kepada pelanggan melalui WhatsApp, menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal.

3. Inovasi Model Bisnis Berbasis Digital

Transformasi model bisnis tradisional menjadi berbasis digital membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi dan menjangkau pasar yang lebih luas. Ini termasuk:

- a. **Penggunaan e-commerce:** Menjual produk melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, atau Lazada.
- b. **Integrasi dengan fintech:** Memanfaatkan metode pembayaran digital seperti e-wallet atau layanan paylater.
- c. **Langganan bulanan (*subscription model*):** Menawarkan paket langganan untuk memberikan pendapatan yang stabil.

Contoh: UMKM kerajinan tangan membuat situs web dengan fitur pemesanan langsung dan personalisasi produk, sehingga pelanggan dapat memesan desain khusus sesuai kebutuhan mereka.

4. Inovasi Pemasaran

Inovasi dalam pemasaran menjadi penting untuk membedakan diri dari pesaing dan menjangkau audiens yang lebih luas. Ini mencakup:

- a. **Pemasaran digital dan media sosial:** Menggunakan platform *online* untuk mempromosikan produk.
- b. **Kampanye pemasaran berbasis data:** Menggunakan data analitik untuk merancang kampanye yang lebih efektif.

Contoh: Sariwangi menggunakan data analitik untuk melacak efektivitas kampanye iklan mereka, menyesuaikan strategi berdasarkan umpan balik pelanggan.

Strategi Penyesuaian Produk dan Layanan

Selain itu, UMKM harus responsif terhadap tren yang berkembang untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Berikut adalah beberapa strategi penyesuaian produk dan layanan yang dapat diterapkan oleh UMKM (Rizhaldi & Mahyuni, 2021; Mutaqin, 2024; Ilhami & Setiadi, 2022):

1. Penyesuaian Produk dan Layanan:

a. Memperbarui Portofolio Produk:

- 1) UMKM perlu memperbarui portofolio produk mereka untuk memenuhi permintaan pelanggan baru. Hal ini dapat mencakup:
- 2) Menambahkan varian produk: Misalnya, UMKM minuman kekinian dapat menambahkan menu non-dairy untuk menarik pelanggan vegan atau yang memiliki intoleransi laktosa.
- 3) Mengadaptasi produk dengan tren pasar: Memperkenalkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen, seperti makanan sehat atau organik.

b. Menyesuaikan Layanan:

- 1) Penyesuaian layanan juga penting, seperti menyediakan opsi pembayaran digital untuk memudahkan transaksi. Ini mencakup:
- 2) Penerapan sistem pembayaran modern: Mengintegrasikan metode pembayaran seperti *e-wallet* atau QR code untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- 3) Peningkatan layanan pelanggan: Menyediakan layanan purna jual yang responsif dan personal.

2. Diversifikasi Model Bisnis:

- a. Diversifikasi model bisnis dapat membantu UMKM menjangkau berbagai segmen konsumen. Beberapa langkah yang dapat diambil adalah:
- b. Menggabungkan penjualan *online* dan *offline*: Memanfaatkan platform *e-commerce* serta toko fisik untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
- c. Membuka lini usaha baru: Menjual alat pendukung produk utama, seperti aksesoris atau bahan baku, untuk meningkatkan nilai tawar kepada pelanggan.

3. Kolaborasi dengan Pihak Lain:

- a. Bermitra dengan perusahaan teknologi: Mengembangkan aplikasi atau alat pemasaran baru yang dapat meningkatkan efisiensi operasional.
- b. Berkolaborasi dengan *influencer*: Meningkatkan kesadaran merek melalui promosi dari *influencer* yang relevan dengan target pasar.
- c. Contoh: Sebuah toko makanan ringan bekerja sama dengan platform pengiriman makanan untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pelanggan yang tidak dapat datang langsung ke toko.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa Inovasi dan adaptasi merupakan kunci keberlanjutan UMKM di era digital. Dengan berfokus pada pengembangan produk, peningkatan layanan pelanggan, serta transformasi model bisnis berbasis teknologi, UMKM dapat tetap kompetitif dan relevan di pasar yang terus berubah. Adaptasi terhadap teknologi seperti *e-commerce*, media sosial, dan alat analitik membuka peluang besar bagi UMKM untuk memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan daya saing.

C. Manfaat Digitalisasi untuk Daya Tahan dan Perkembangan UMKM

Di tengah tantangan yang dihadapi oleh UMKM, khususnya selama pandemi COVID-19, digitalisasi menawarkan solusi yang signifikan untuk meningkatkan daya tahan dan perkembangan usaha. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mengoptimalkan operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi (Agus, 2024; Triwijayati, 2023). Beberapa manfaat digitalisasi untuk daya tahan dan perkembangan UMKM (Wilestari, 2023; Alamin, 2022; Triwijaya, 2023; Aisyah, 2024) yaitu:

1. **Peningkatan Akses Pasar:** Salah satu manfaat utama dari digitalisasi adalah peningkatan akses pasar. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis. Hal ini memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan pelaku usaha besar dan memperluas basis pelanggan mereka.
2. **Efisiensi Operasional:** Digitalisasi juga berkontribusi pada efisiensi operasional. Dengan menggunakan alat dan aplikasi digital, UMKM dapat mengotomatisasi proses bisnis, seperti manajemen inventaris, pencatatan keuangan, dan pemasaran. Dengan demikian, digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas.
3. **Peningkatan Pengalaman Pelanggan:** Dalam era digital, pengalaman pelanggan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan bisnis. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memberikan layanan yang lebih baik melalui interaksi yang lebih cepat dan responsif. Dengan memahami preferensi dan perilaku konsumen melalui analisis data, UMKM dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar.
4. **Inovasi Produk dan Layanan:** Digitalisasi mendorong inovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan tren terkini. Selain itu, pelatihan keterampilan teknologi bagi pelaku UMKM juga penting untuk mendukung inovasi.

5. **Akses ke Pembiayaan:** Banyak platform digital kini menyediakan akses ke pembiayaan bagi UMKM, seperti pinjaman *online* atau *crowdfunding*. Ini membantu pelaku usaha untuk mendapatkan modal yang diperlukan untuk pengembangan usaha mereka
6. **Ketahanan terhadap Krisis:** Digitalisasi memberikan ketahanan yang lebih besar bagi UMKM dalam menghadapi krisis. Selama pandemi COVID-19, banyak UMKM yang beralih ke platform digital untuk bertahan. Dengan memiliki saluran distribusi yang lebih fleksibel dan akses ke informasi yang lebih baik, UMKM dapat merespons perubahan permintaan dengan lebih efektif.

Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, pengalaman pelanggan, inovasi produk, dan ketahanan terhadap krisis, UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan yang cepat dan bersaing secara efektif di pasar. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dan berinvestasi dalam pengembangan keterampilan untuk memastikan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan.

Kolaborasi UMKM dengan Perusahaan Teknologi

UMKM dapat berkolaborasi dengan perusahaan teknologi melalui beberapa pendekatan strategi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Berikut adalah beberapa cara yang dapat dilakukan (Aziz, kumparan.com, 2023; Hardilawati, 2020; Mavilinda et al., 2021; Romadhoni et al., 2022):

1. **Kemitraan Strategis:** UMKM dapat membentuk aliansi dengan perusahaan teknologi besar untuk memanfaatkan sumber daya dan keahlian mereka.
2. **Pemanfaatan Platform Digital:** Dengan memanfaatkan platform digital seperti *e-commerce* dan media sosial, UMKM dapat terhubung dengan perusahaan teknologi yang menawarkan solusi untuk pemasaran dan penjualan.

3. **Inkubator Bisnis:** Bergabung dengan inkubator bisnis yang didukung oleh perusahaan teknologi dapat memberikan UMKM akses ke bimbingan, pelatihan, dan fasilitas yang diperlukan untuk mengembangkan kapasitas mereka.
4. **Akses Pembiayaan:** Perusahaan teknologi juga sering menawarkan solusi pembiayaan alternatif bagi UMKM. Kolaborasi ini dapat membantu UMKM mendapatkan akses ke modal dengan syarat yang lebih mudah dibandingkan lembaga keuangan tradisional, sehingga memfasilitasi pertumbuhan bisnis mereka.
5. **Program Pengembangan Kompetensi:** Perusahaan teknologi dapat menyediakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan UMKM dalam menggunakan teknologi baru.

Dalam berkolaborasi terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM dengan perusahaan teknologi. Beberapa tantangan utama yang dihadapi (Aziz, kumparan.com, 2023; Aini, 2024; Soenandi et al., 2021; Tarmizi, 2022) yaitu:

1. **Persiapan untuk Mengadopsi Teknologi:** Banyak UMKM yang belum siap mengadopsi teknologi baru. Persiapannya mencakup aspek infrastruktur, sumber daya manusia, dan budaya organisasi. Pelaku usaha besar perlu berinvestasi dalam pelatihan dan dukungan untuk membantu UMKM dalam proses transformasi digital.
2. **Kendala Modal:** Investasi awal untuk perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan sering kali menjadi beban berat bagi UMKM. Tanpa akses ke modal yang cukup, mereka kesulitan untuk memenuhi kebutuhan teknologinya
3. **Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Digital:** Banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki keterampilan digital yang memadai, yang membuat mereka kesulitan dalam mengoperasikan teknologi baru secara efektif. Kurangnya literasi digital ini dapat mengakibatkan UMKM tidak dapat memaksimalkan manfaat dari teknologi yang diadopsi

4. **Takut Akan Perubahan:** UMKM yang terbiasa dengan cara bisnis tradisional seringkali merasa cemas untuk beralih ke teknologi baru. Ketakutan akan kompleksitas proses bisnis dan potensi kehilangan pekerjaan dapat menjadi penghalang besar dalam penerapan teknologi
5. **Kurangnya Dukungan Teknis:** Setelah mengadopsi teknologi, UMKM seringkali menghadapi kesulitan dalam mendapatkan dukungan teknis yang diperlukan untuk pemeliharaan dan pengembangan lebih
6. **Persaingan Ketat di Ruang Digital:** Dengan semakin banyaknya UMKM yang beralih ke digital, persaingan di ruang online menjadi semakin sengit. Hal ini menuntut UMKM untuk menemukan cara-cara inovatif agar tetap menonjol di pasar

Mengurangi Ketakutan UMKM Terhadap Perubahan Teknologi

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi ketakutan terhadap perubahan teknologi (Suryaningrum, 2024; Listiyono, 2024; Anjarwati et al., 2023):

1. **Pendidikan dan Pelatihan:** Meningkatkan literasi digital melalui program pendidikan dan pelatihan yang terstruktur sangatlah penting. UMKM perlu diberikan pemahaman tentang manfaat teknologi dan cara penggunaannya.
2. **Dukungan dari Pemerintah dan Lembaga Terkait:** Pemerintah dan organisasi nirlaba dapat menyediakan program dukungan yang membantu UMKM dalam proses digitalisasi. Ini termasuk akses ke sumber daya, pendanaan, dan bimbingan dalam mengimplementasikan teknologi.
3. **Kemitraan dengan Perusahaan Teknologi:** Bermitra dengan perusahaan teknologi dapat memberikan UMKM akses ke keahlian dan sumber daya yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi baru.

4. **Membangun Komunitas dan Jaringan:** Mendorong UMKM untuk bergabung dalam komunitas atau jaringan bisnis dapat menciptakan lingkungan yang mendukung. Dalam komunitas ini, pelaku usaha dapat saling berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait penggunaan teknologi, sehingga mengurangi rasa takut terhadap perubahan.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, kekhawatiran UMKM akan perubahan teknologi dapat diminimalkan, sehingga mereka lebih siap untuk beradaptasi dengan era digital yang terus berkembang.

Tahapan UMKM Go-Online

Mengalihkan UMKM ke platform digital merupakan langkah penting untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar. Tahapan yang dapat diikuti oleh UMKM untuk melakukan transisi ini (Ramadhani,2024):

1. **Miliki Toko Online:** Ini menunjukkan perlunya UMKM untuk memiliki toko *online* sebagai salah satu sarana untuk menjual produk secara digital.
2. **Pasarkan Produk di Berbagai Marketplace:** Memanfaatkan berbagai platform *marketplace online* untuk memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM.
3. **Tingkatkan Pelayanan Pelanggan:** Menyediakan layanan pelanggan yang baik, seperti respons cepat, komunikasi yang efektif, dan kemudahan transaksi.
4. **Perkenalkan Produk Melalui Konten Menarik:** Membuat konten-konten pemasaran yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan produk UMKM.
5. **Pantau Perkembangan Bisnis:** Melakukan analisis dan evaluasi terhadap perkembangan bisnis UMKM secara digital untuk terus meningkatkan kinerja.

Dengan melakukan tahapan-tahapan diatas, UMKM dapat melakukan transisi ke dunia digital, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar mereka baik lokal maupun internasional.

Contoh Sukses Transformasi Digital pada UMKM Di Indonesia

Transformasi digital telah menjadi kunci bagi banyak UMKM di Indonesia untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan bersaing di era digital. Berikut adalah beberapa contoh sukses transformasi digital yang telah dilakukan oleh UMKM di Indonesia (sis.binus.ac.id, 2023; Lahitani, liputan6.com, 2024; Erwana, blog.dealpos.com):

1. **Matchamu:** Matchamu yang dipimpin oleh Monica Bayuasthi berhasil memanfaatkan platform digital seperti Tokopedia dan TikTok untuk menjual produk matcha premium. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Matchamu mampu mencapai 250 transaksi per bulan dan mengirimkan produk hingga ke Papua. Transformasi digital ini tidak hanya meningkatkan omset tetapi juga memperluas pangsa pasar mereka secara signifikan.
2. **Saat Senggang:** Mila Widjaja, pemilik toko 'Saat Senggang', mencatat bahwa penggunaan platform digital seperti Tokopedia telah memberikan kemudahan dalam berjualan dan meningkatkan kapasitas produksi. Dengan omzet rata-rata Rp30.000.000 per bulan dari penjualan online, Mila menekankan bahwa platform digital membantu UMKM untuk lebih responsif terhadap permintaan pasar dan memberikan sistem transaksi yang aman bagi pelanggan.

Sumber: Prayogi, bloombergtechnoz.com, 2023

3. **Piyama Gemas:** Valentino dan Ami, pendiri Pajamas Gemas, memanfaatkan platform seperti TikTok untuk memasarkan produk pakaian rumahan mereka. Dengan fitur Live di TikTok, mereka dapat menampilkan produk secara langsung kepada konsumen, sehingga meningkatkan transparansi dan kepercayaan pelanggan. Mereka juga mengakui dukungan dari platform dalam hal promosi yang membantu mereka memahami dinamika pasar digital.

Sumber: Dwiastono, voaindonesia.com, 2022

4. **Sektor Pertanian:** Dalam sektor pertanian, beberapa UMKM telah menggunakan platform digital untuk menghubungkan petani dengan distributor dan pengecer. Ini telah memangkas pasokan dan meningkatkan efisiensi, serta memberikan harga yang lebih baik bagi petani. Kolaborasi ini tidak hanya menguntungkan petani tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor pertanian

Sumber: startup4industry.id

5. **Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran:** Banyak UMKM di Indonesia yang berhasil memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Dengan konten menarik dan iklan berbayar, mereka dapat menjangkau potensi pelanggan secara lebih efektif dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen

6. **Pembayaran Digital:** Adopsi metode pembayaran digital seperti dompet digital dan aplikasi perbankan telah memudahkan UMKM dalam menerima pembayaran dari pelanggan. Ini mengurangi risiko transaksi tunai dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam berbelanja *online*.

Sumber: Lutfi, jogja.disway.id, 2024

D. Kasus Praktis: UMKM yang Berhasil Mencapai Keberlanjutan di Era Digital

Kasus Praktis 1: UMKM yang Berhasil Mencapai Keberlanjutan di Era Digital

Salah satu contoh UMKM yang berhasil mencapai keberlanjutan di era digital adalah "Kopi Nusantara," sebuah bisnis kopi lokal di Indonesia yang awalnya hanya memiliki kedai kecil di kota Yogyakarta. Dengan memanfaatkan teknologi digital, strategi pemasaran yang inovatif, dan adaptasi terhadap preferensi pelanggan, Kopi Nusantara mampu berkembang pesat dan kini memiliki pelanggan dari berbagai kota di Indonesia. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil oleh Kopi Nusantara untuk mencapai keberlanjutan bisnis di era digital:

- 1. Pemasaran Melalui Media Sosial:** Kopi Nusantara memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produknya. Dengan konten yang menarik, termasuk foto produk, video proses pembuatan kopi, serta cerita tentang asal usul biji kopi, Kopi Nusantara berhasil menarik perhatian pelanggan baru. Strategi pemasaran digital ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga mendorong keterlibatan pelanggan melalui konten yang relevan dan interaktif.
- 2. Penjualan Melalui Platform *E-Commerce*:** Untuk memperluas jangkauan, Kopi Nusantara mulai menjual produknya melalui platform *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee.
- 3. Inovasi Produk untuk Menarik Pelanggan Baru:** Kopi Nusantara juga berinovasi dalam produk, seperti menghadirkan varian kopi siap minum dalam kemasan botol dan paket kopi premium dari berbagai daerah di Indonesia. Produk-produk ini menjawab kebutuhan pelanggan yang ingin merasakan kopi lokal berkualitas tinggi. Selain itu, mereka meluncurkan paket langganan bulanan di mana pelanggan bisa mendapatkan biji kopi segar setiap bulan, menarik pelanggan setia yang menghargai produk berkualitas.

4. **Penggunaan Sistem Manajemen Berbasis Teknologi:** Untuk meningkatkan efisiensi operasional, Kopi Nusantara mengadopsi aplikasi POS (*Point of Sale*) untuk pencatatan penjualan dan aplikasi akuntansi digital untuk pengelolaan keuangan. Sistem ini memungkinkan pemilik untuk memantau penjualan harian, mengelola stok bahan baku, dan membuat laporan keuangan dengan lebih mudah.
5. **Interaksi Langsung dengan Pelanggan Melalui Platform Pesan Instan:** Kopi Nusantara juga menggunakan WhatsApp Business untuk berkomunikasi dengan pelanggan, menerima pesanan, dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat. Hal ini memperkuat hubungan dengan pelanggan, menciptakan pengalamannya berbelanja yang lebih personal, dan memudahkan komunikasi jika ada masalah atau keluhan.
6. **Menggunakan Data Analitik untuk Pengambilan Keputusan:** Dengan data dari penjualan, preferensi pelanggan, dan interaksi di media sosial, Kopi Nusantara menganalisis tren yang muncul di antara pelanggannya. Mereka dapat mengetahui produk mana yang paling diminati, waktu terbaik untuk melakukan promosi, dan lokasi-lokasi dengan permintaan tinggi. Berdasarkan data ini, mereka bisa menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.
7. **Penerapan Praktik Ramah Lingkungan:** Untuk menarik pelanggan yang peduli pada lingkungan, Kopi Nusantara menggunakan kemasan ramah lingkungan dan mendorong pelanggan untuk membawa *tumbler* saat membeli kopi di kedai.
8. **Kolaborasi dengan Influencer dan Komunitas Kopi:** Kopi Nusantara bekerja sama dengan *influencer* dan komunitas kopi lokal untuk memperluas jangkauan dan membangun reputasi sebagai merek kopi berkualitas. Dengan mengundang *influencer* untuk mencoba produk mereka dan menghadiri acara yang diadakan oleh komunitas kopi, mereka berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Hasil Keberlanjutan yang Dicapai: Dengan strategi inovasi dan adaptasi ini, Kopi Nusantara berhasil mencapai keberlanjutan bisnis dan terus berkembang meskipun persaingan di industri kopi semakin ketat. Mereka tidak hanya berhasil meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan mengembangkan komunitas yang mendukung produk lokal. Penggunaan teknologi digital memungkinkan Kopi Nusantara untuk menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempertahankan relevansi di tengah perubahan preferensi pelanggan.

Berdasarkan contoh kasus di atas menunjukkan bahwa dengan inovasi produk, pemasaran digital, adaptasi teknologi, dan komitmen terhadap praktik keberlanjutan, UMKM dapat mencapai keberlanjutan di era digital. Keberhasilan ini merupakan bukti bahwa transformasi digital dan inovasi bisnis bukan hanya untuk perusahaan besar, tetapi juga dapat menjadi pendorong pertumbuhan bagi UMKM yang siap beradaptasi dengan perubahan zaman.

IV. KESIMPULAN

Di era digital yang penuh perubahan, strategi keberlanjutan bagi UMKM menjadi semakin penting untuk menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Inovasi, adaptasi terhadap teknologi, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan adalah fondasi penting dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan memberikan layanan yang lebih responsif kepada pelanggan. Strategi keberlanjutan juga mencakup pendekatan yang lebih ramah lingkungan dan fleksibilitas dalam model bisnis, yang memungkinkan UMKM untuk merespons perubahan dengan cepat.

Keberlanjutan UMKM tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi nasional. Dengan menyerap sebagian besar tenaga kerja UMKM yang beradaptasi dengan teknologi akan mendorong inovasi, meningkatkan daya saing global, dan menciptakan dampak sosial yang positif. Transformasi digital dan keberlanjutan menjadi alat untuk

menghadapi tantangan global seperti disrupsi teknologi, perubahan preferensi konsumen, dan krisis ekonomi. UMKM yang mengintegrasikan inovasi dan keberlanjutan mampu bertahan dan menjadi pelaku ekonomi utama di masa depan.

Beberapa poin penting untuk diingat dan diterapkan

1. **Berinovasi secara Berkelanjutan:** Fokus pada inovasi produk, layanan, dan pemasaran berbasis data.
2. **Investasi pada Teknologi:** Gunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar.
3. **Kolaborasi Strategis:** Bermitra dengan perusahaan teknologi, komunitas, atau pemerintah untuk mendapatkan sumber daya dan dukungan.
4. **Adaptasi Pasar:** Tetap fleksibel terhadap perubahan dengan memanfaatkan tren pasar dan perilaku konsumen.
5. **Pengelolaan Keuangan yang Transparan:** Pastikan arus kas dan strategi investasi dikelola secara efisien untuk mendukung keberlanjutan jangka panjang.

Pertanyaan Diskusi:

1. Jelaskan pentingnya keberlanjutan bagi UMKM di era digital!
2. Bagaimana UMKM dapat menyusun strategi keuangan jangka panjang secara efektif?
3. Bagaimana digitalisasi dapat meningkatkan daya tahan UMKM?
4. Jelaskan manfaat dari inovasi produk bagi keberlanjutan UMKM!
5. Jelaskan pentingnya adaptasi teknologi dalam menghadapi perubahan pasar!
6. Bagaimana fleksibilitas model bisnis dapat mendukung keberlanjutan UMKM?
7. Jelaskan peran alat analitik data dalam meningkatkan daya saing UMKM!
8. Jelaskan tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam menyusun strategi keuangan

9. Bagaimana kolaborasi dengan perusahaan teknologi dapat membantu UMKM?
10. Jelaskan dampak inovasi berbasis keberlanjutan terhadap UMKM!

V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (*POLICY BRIEF*)

Untuk memastikan keberlanjutan UMKM di era digital, pemerintah perlu mengadopsi kebijakan yang mendukung inovasi, transformasi digital, dan pengembangan kapasitas pelaku usaha. **Beberapa rekomendasi kebijakan utama:**

1. Akses Pembiayaan yang Lebih Mudah

- a. Meningkatkan akses UMKM ke pembiayaan formal melalui program kredit berbunga rendah, subsidi, atau skema pendanaan alternatif seperti *fintech* dan *crowdfunding*.
- b. Memberikan insentif kepada UMKM yang mengadopsi teknologi digital atau menerapkan praktik ramah lingkungan.

2. Peningkatan Literasi Digital dan Keuangan

- a. Melaksanakan program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi digital, keuangan, dan inovasi bisnis.
- b. Bekerja sama dengan platform digital dan institusi pendidikan untuk menyediakan pelatihan berbasis keterampilan.

3. Pengembangan Infrastruktur Teknologi

- a. Memperluas akses internet berkecepatan tinggi hingga ke daerah terpencil untuk mendorong UMKM *go digital*.
- b. Menyediakan insentif bagi penyedia teknologi untuk mendukung pengembangan solusi berbasis digital yang terjangkau bagi UMKM.

4. Kolaborasi dengan Perusahaan Teknologi

- a. Memfasilitasi kemitraan strategis antara UMKM dan perusahaan teknologi untuk transfer pengetahuan dan adopsi teknologi.
- b. Mendorong platform *e-commerce* dan *fintech* untuk memberikan prioritas kepada UMKM dalam akses ke pasar dan layanan pembayaran.

5. Dukungan terhadap Inovasi Berkelanjutan

- a. Memberikan penghargaan dan insentif kepada UMKM yang menerapkan inovasi ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan dan pengelolaan limbah.
- b. Membangun ekosistem yang mendukung rantai pasok berkelanjutan melalui insentif pajak bagi UMKM yang bermitra dengan penyedia lokal.

Dengan kebijakan ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing, bertahan dalam dinamika pasar global, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. d. (2024). Perancangan desain kemasan umkm nusapad (nusantara desk pad) dalam membentuk citra produk. *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 5(2), 1-9. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i2.161>
- Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis Peluang Dan Tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan Umkm Di Indonesia. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2564–2571. <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/2842>
- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022, July 30). Penguatan Daya Saing Umkm Melalui Pelatihan Keterampilan Teknologi Di Era Society 5.0. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112-126.

<https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/taroa/article/view/1235>

Anjarwati, S., Zaena, R., Fitriyaningsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh digitalisasi akuntansi terhadap efisiensi dan pengurangan biaya pada perusahaan wirausaha umkm di kota bandung. *Jurnal Aktiva Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 43-58. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.181>

Ariyati, I. M., Agustina, F., & T, G. M. (2021). Systematic literature review: pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja umkm di indonesia. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 104-118.

Asrol, S., Lidyah, R., Hartini, T., & Muhammadiyah, M. (2022). Peran percepatan transformasi digital untuk keberlanjutan bisnis dan pemulihan ekonomi pelaku umkm di kota palembang pascapandemi. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 11(2), 242-246. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v11i2.14685>

Astohar, A., Savitri, D., Rahmadhani, S., & Sugiharti, S. (2023). Pengaruh keterampilan keuangan terhadap inklusi keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kecamatan kebonagung kabupaten demak dengan layanan fintech sebagai variabel intervening. *EMA*, 28(2), 16-26.

Aziz, M. A. (2023, Februari 28). Membangun Keberlanjutan Bisnis UMKM Melalui Kolaborasi dengan Startup. Retrieved from kumparan: <https://kumparan.com/mochamad-asryl-aziz/membangun-keberlanjutan-bisnis-umkm-melalui-kolaborasi-dengan-startup-1zvJXo8gUZ2>

Bakhri, S. and Futiah, V. (2020). Pendampingan dan pengembangan manajemen pemasaran produk umkm melalui teknologi digital di masa pandemi covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>

BI DIY Dorong UMKM Adaptasi Teknologi Digital. (2024, September

14). Retrieved from Grebeg UMKM DIY 2024:

<https://www.grebegumkmdiy.com/en/bi-diy-dorong-umkm-adaptasi-teknologi-digital/>

Del Rosa, Y., Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Literasi keuangan dan literasi digital umkm kuliner kota padang sebagai penggerak pemulihan ekonomi masa pandemi global covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 242-258. <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/352>

Della. (2024, Juli 30). Cara Membuat Anggaran Biaya Awal Bisnis UMKM! Retrieved from olsera: <https://olsera.com/en/blog/cara-membuat-anggaran-biaya-awal-bisnis-umkm/640>

Dewi, L. S. and Setiawan, W. B. (2023). Pengembangan dan pelatihan sumber daya manusia di era digital marketing menuju 5.0 dengan memanfaatkan platform media sosial pada umkm di desa sukasukur kecamatan cisayong. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 36-44. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v2i4.190>

Dwiastono, R. (2022, September 9). Berjualan Lewat Live Streaming Tiktok: Apakah ini masa depan online shopping? Retrieved from VOA: <https://www.voaindonesia.com/a/berjualan-lewat-live-streaming-tiktok-apakah-ini-masa-depan-online-shopping-/6737682.html>

Erwana. (n.d.). UMKM Go Digital: Pentingnya Transformasi Bisnis. Retrieved from dealpos: <https://blog.dealpos.com/umkm-go-digital-pentingnya-transformasi-bisnis-ke-digital/>

Fachrurozi, A. (2023, April 13). Manfaatkan Teknologi Digital untuk Tingkatkan Daya Saing UMKM. Retrieved from News BSI: <https://news.bsi.ac.id/2023/04/13/teknologi-digital-tingkatkan-saing-umkm/>

Fauziah, L., Windriya, A., & Mege, S. (2023). Pelatihan manajemen dan administrasi keuangan umkm menuju umkm unggul dan berdayasaing. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 30-37. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.20>

Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A. (2021). Apakah literasi keuangan dan inovasi digital mampu meningkatkan kinerja umkm saat menghadapi covid - 19?.

Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 11(2), 195-202.

<https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>

- Garzoni, A., Turi, I. D., Secundo, G., & Vecchio, P. D. (2020). Fostering digital transformation of smes: a four levels approach. *Management Decision*, 58(8), 1543-1562. [https://lumenterprise.it/wp-content/uploads/2022/01/01.-Pubblicazione Garzoni-De-Turi-Secundo-Del-Vecchio.pdf](https://lumenterprise.it/wp-content/uploads/2022/01/01.-Pubblicazione-Garzoni-De-Turi-Secundo-Del-Vecchio.pdf)
- Gunarso, D., Natanael, F., Limmanuel, F., Enrico, I. J., Ginting, M. L., Valentino, T. & Maliki, L. (2021). Digital marketing calendar untuk bisnis kuliner: pendampingan sosial media instagram @inidapurmakwaw untuk keberlangsungan di era new normal. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 3(2). <https://doi.org/10.25105/jamin.v3i2.10424>
- Gusneli, G. (2023). Tantangan dan peluang dalam implementasi standar akuntansi internasional terbaru (ifrs). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 2(03), 205-212. <https://doi.org/10.58812/jakws.v2i03.643>
- Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan umkm di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hidayah, R., Farid, E. S., & Adda, H. W. (2023). Penerapan bisnis model kanvas dalam upaya pengembangan usaha sweet banana. *Jurnal EMA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.316>
- Ilhami, S. and Setiadi, T. (2022). Penguatan produk "dapur riswi" guna meningkatkan penjualan melalui peningkatan strategi pemasaran. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas (J-Solid)*, 5(2), 202. https://www.researchgate.net/publication/364740847_Penguatan_Produk_Dapur_Riswi_Guna_Meningkatkan_Penjualan_Melalui_Peningkatan_Strategi_Pemasaran
- Judijanto, L., Utami, E. Y., Apriliani, D., & Rijal, S. (2023). A holistic review of msme entrepreneurship in indonesia: the role of innovation, sustainability, and the impact of digital transformation. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 119-132. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.355>
- Jumardi, R. and Widiastuti, S. (2021). Aplikasi forecasting penjualan dan persediaan produk usaha mikro, kecil dan menengah. *Jsai (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(3), 383-390. <https://doi.org/10.36085/jsai.v4i3.2756>

- Lahitani, S. (2024, Mei 19). Kisah Sukses UMKM: Strategi Pemanfaatan Platform Digital dalam Meningkatkan Penjualan. Retrieved from Liputan6:
- Listiyono, H. (2024). Dinamika implementasi qris: meninjau peluang dan tantangan bagi umkm indonesia. *Ikraith-Informatika*, 8(2), 120-126. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i2.2967>
- Lutfi, M. (2023, September 5). Kemudahan Transaksi di Ujung Jari Anda, Ini dia Aplikasi E-Wallet Terbaik di Tahun 2023 Retrieved from Disway Jogja: [ttps://jogja.disway.id/read/657027/kemudahan-transaksi-di-ujung-jari-anda-ini-dia-aplikasi-e-wallet-terbaik-di-tahun-2023](https://jogja.disway.id/read/657027/kemudahan-transaksi-di-ujung-jari-anda-ini-dia-aplikasi-e-wallet-terbaik-di-tahun-2023)
- Malesev, S. and Cherry, M. (2021). Digital and social media marketing - growing market share for construction smes. *Construction Economics and Building*, 21(1). <https://doi.org/10.5130/ajceb.v21i1.7521>
- Mavilinda, H., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L., Andriana, I., & Thamrin, K. (2021). Menjadi "umkm unggul" melalui optimalisasi strategi pemasaran digital dalam menghadapi tantangan bisnis di era new normal. *Sricommerce Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Mengatasi Tantangan UMKM dalam Memanfaatkan Teknologi Digital. (n.d.). Retrieved from Bergerak Bersama: <https://www.bergerakbersama.org/mengatasi-tantangan-umkm-dalam-memanfaatkan-teknologi-digital/>
- Mutaqin, Z. (2024). Meniti sukses bersama: optimalisasi manajemen pendidikan perempuan dalam umkm di kecamatan kebon pedas sukabumi. *Blantika Multidisciplinary Journal*, 2(3), 317-322. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.109>
- Nur Aisyah, N. A., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Adaptasi digital marketing dalam rangka mewujudkan ekonomi kreatif umkm di kelurahan penjaringansari. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1723>
- Pak Tani Digital. (n.d.). Retrieved from Startup4industry.id: <https://www.startup4industry.id/startup/detail/09eab07a-e854-49b6-922a-1125685ba6c9>

terintegrasi. Akuntansiku, 2(4), 165-192.
<https://doi.org/10.54957/akuntansiku.v2i4.555>

Prayogi, W. E. (2023, Mei 5). Membandingkan Biaya Langganan Aplikasi Tokopedia & Shopee. Retrieved from Bloomberg Technoz: <https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/5756/membandingkan-biaya-langganan-aplikasi-tokopedia-shopee>

Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital . Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(4), 180–189.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>

Rakhmadhani, V. and Napisah, L. S. (2022). Pendampingan penyusunan laporan keuangan dan perpajakan umkm guligah intan family sumedang. Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas, 7(1), 50-56. <https://doi.org/10.52250/p3m.v7i1.568>

Ramadhani, F. (n.d.). 5 Langkah Mudah Memulai UMKM Go Digital dan Keuntungannya. Retrieved from compas: <https://compas.co.id/article/umkm-go-digital/>

Ramadhini, D., Sumbawati, N. K., & Usman, U. (2023). ANALISIS PERUBAHAN TINGKAT KEBUTUHAN MODAL USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19. Jurnal Ekonomi & Bisnis, 11(2), 251-260.
<https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1313>

Rifda. (2024, September 20). Strategi Mendapatkan Modal Awal UMKM: Panduan dan Tips Praktis.

Rizhaldi, A. and Mahyuni, L. (2021). Menavigasi bisnis umkm pada masa pandemi covid-19. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 590.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i07.p02>

- Romadhoni, B., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan umkm dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat di kabupaten gowa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (Mea)*, 6(3), 1074-1088. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2457>
- Saputra, A. (2024, Januari 4). Kunci Kepuasan Pelanggan, UMKM Bisa Terapkan 3 Inovasi Layanan Berikut. Retrieved from UKMINDONESIA.ID: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/kunci-kepuasaan-pelanggan-umkm-bisa-terapkan-3-inovasi-layanan-berikut>
- Satria, D., Indraswari, C., Atifah, N. F., Monica, A., & Marsela, C. G. (2023). Penguatan jiwa wirausaha komunitas usaha mikro dan menengah melalui pelatihan digital marketing di desa purwokerto kecamatan srengat kabupaten blitar. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 455-460. <https://doi.org/10.54082/jippm.167>
- Soenandi, I., Siswanto, B., Aprillita, D., Anwar, R., Tampubolon, L., Frederica, D., ... & Purba, F. (2021). Perencanaan pelaksanaan abdimas edukasi pemanfaatan teknologi bagi UMKM Tanjung Duren Jakarta Barat. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 44-49. <https://doi.org/10.21460/sendimasvi2021.v6i1.25>
- Subardjo, A. and Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi model bisnis inkubasi dan kolaborasi dalam meningkatkan kinerja umkm surabaya di era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 17-24. <https://doi.org/10.54082/jupin.36>
- Suryaningrum, D. (2024). Analisis kualitas layanan koperasi, dukungan pemerintah daerah, keterlibatan masyarakat dalam meningkatkan daya saing umkm di kota yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 2(02), 157-167. <https://doi.org/10.58812/jekws.v2i02.1100>

- Tarmizi, A. (2022). Pelatihan digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan pada bisnis umkm di metro atom pasar baru, pd.pasar jaya dki jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*,1(3)64-70.
- Teng, X., Wu, Z., & Yang, F. (2022). Research on the relationship between digital transformation and performance of smes. *Sustainability*, 14(10), 6012. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/10/6012>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahruddin, A. (2023). Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306-314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Usmayanti, V. (2023). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan pada perilaku keuangan pelaku umkm perempuan: studi kasus di jambi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(3), 339-348. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.66803>
- Widyastuti, T. and Parianom, R. (2022). Pengembangan dan pemberdayaan umkm kota depok di masa pandemi covid-19. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 203-212. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.16718>
- Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdiyanto, A. (2023). Digitalisasi dan transformasi bisnis: perspektif praktisi muda umkm tentang perubahan ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 259-268. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61216>
- Yulianti, E., Nurmansyah, A., Kurniawan, A., Evangelista, L., & Sigarlaki, F. (2022). Penerapan sistem keuangan berbasis digital pada umkm di kecamatan batujajar, kabupaten bandung barat. *Dinamisia Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 136-146. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.7989>
- Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on successful factors and influencing mechanism of the digital transformation in SMEs. *Sustainability*,14(5),25-49. <https://doi.org/10.3390/su14052549>

PROFIL PENULIS

Prof. Dr. Slamet Ahmadi, MM,



Penulis lahir di Kebumen pada tahun 1965. Beliau menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Gadjah Mada (UGM) pada tahun 1991. Pendidikan magister (S2) diselesaikan di Universitas IPWIJA pada tahun 1996, dan gelar doktoral

(S3) diraih di Universitas Trisakti pada tahun 2016. Saat ini, beliau menjabat sebagai dosen tetap di Universitas IPWIJA dengan jabatan akademik Guru Besar. Prof. Slamet Ahmadi juga telah menjadi dosen bersertifikasi sejak tahun 2008.

