

Strategi UMKM dalam Menghadapi Disrupsi Digital: Studi Literatur pada Transformasi Ekonomi di Indonesia

Riza Indriani¹, Afifah Nida Suhailah Boru Dalimunthe², Farel Akbar Aditya Saragih³, Fikri Al Kautsar⁴, Ovan Krisadelman Zebua⁵, Kevin Valensius Siahaan⁶, Cipta Kurnia⁷

Universitas Negeri Medan, Indonesia

afifahsuhailah29@gmail.com², farelakbaradityas@gmail.com³,
fikrialkautsar2704@gmail.com⁴, zebuaovan23@gmail.com⁵, kevinvalensius15@gmail.com⁶,
ciptakurnia091104@gmail.com⁷
E-mail Korespondensi : rizaindriani@unimed.ac.id

Submitted: 04th April 2026 | **Edited:** 30th April 2026 | **Issued:** 01st July 2026

Cited on: Indriani, R., Dalimunthe, A. S. N. B., Saragih, F. A. A., Kautsar, F. A., Zebua, O. K., Siahaan, K. V., & Kurnia, C. (2026). Strategi UMKM dalam Menghadapi Disrupsi Digital: Studi Literatur pada Transformasi Ekonomi di Indonesia. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(3), 921-929.

ABSTRACT

This study addresses the growing challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia amid rapid digital disruption, which has reshaped market structures and consumer behavior. The research aims to identify adaptive strategies adopted by MSMEs and to examine the key supporting and inhibiting factors in their digital transformation process. A qualitative descriptive approach was employed through a structured literature review of academic journals, books, and institutional reports published between 2015 and 2023. The selected literature was analyzed using thematic categorization to identify recurring patterns and research gaps. The findings reveal that MSMEs respond to digital disruption by adopting e-commerce platforms, implementing digital marketing practices, engaging in digital ecosystem collaborations, and developing product and service innovations. The study also highlights that successful transformation is influenced by government support, digital infrastructure availability, digital literacy, and access to financial technology. However, limitations such as low digital capability, restricted capital, human resource constraints, and uneven infrastructure remain significant barriers. This study contributes by synthesizing fragmented findings into a comprehensive framework of MSME digital adaptation in Indonesia.

Keywords: MSMEs, digital disruption, digital transformation, business strategy, Indonesia

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai lebih dari 60% serta kemampuannya menyerap sekitar 97% tenaga kerja menunjukkan bahwa sektor ini menjadi fondasi penting dalam

menjaga stabilitas ekonomi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Selain itu, UMKM juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pendapatan dan mengurangi kesenjangan ekonomi di berbagai wilayah (Sari & Nugroho, 2021; Prasetyo & Huda, 2019).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital yang pesat telah memunculkan fenomena disrupsi digital yang mengubah secara mendasar pola bisnis dan perilaku konsumen. Disrupsi ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan platform digital seperti e-commerce, financial technology (fintech), serta media sosial dalam aktivitas ekonomi (Bank Indonesia, 2022; Setiawan & Widodo, 2021). Perubahan tersebut mendorong terjadinya transformasi dalam proses produksi, distribusi, hingga pemasaran, yang menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar berbasis teknologi (Hidayat et al., 2022).

Dalam konteks Indonesia, adopsi teknologi digital oleh UMKM menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, terutama sejak meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat mobile. Namun demikian, tingkat kesiapan digital antar pelaku UMKM masih belum merata. Sebagian UMKM telah mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi, sementara sebagian lainnya masih menghadapi berbagai keterbatasan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, serta kurangnya sumber daya manusia yang kompeten (Putri & Santoso, 2020; Ramadhani et al., 2023). Kondisi ini berpotensi memperlebar kesenjangan daya saing antar pelaku usaha.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan kinerja UMKM, baik dari sisi efisiensi operasional maupun akses pasar (OECD, 2021; Nambisan et al., 2017). Namun, sebagian besar studi tersebut masih berfokus pada aspek parsial, seperti adopsi teknologi atau penggunaan media sosial secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran yang utuh mengenai strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi disrupsi digital secara komprehensif (Wibowo et al., 2021; Lestari & Purnomo, 2022). Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan faktor pendukung dan penghambat dalam satu kerangka analisis masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang menunjukkan perlunya kajian yang mampu mensintesis berbagai temuan empiris dan konseptual terkait strategi UMKM dalam menghadapi disrupsi digital. Pendekatan studi literatur menjadi relevan untuk memberikan pemahaman yang lebih terintegrasi mengenai bentuk disrupsi digital, strategi adaptasi yang dilakukan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan transformasi digital UMKM.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk disrupsi digital yang dihadapi UMKM, mengidentifikasi strategi adaptasi yang dilakukan, serta mengkaji faktor pendukung dan penghambat dalam proses transformasi digital UMKM di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan kajian transformasi digital UMKM, serta menjadi referensi bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung penguatan kapasitas digital pelaku usaha.

LANDASAN TEORI

Konsep dan Peran UMKM dalam Ekonomi Digital

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berperan penting dalam struktur ekonomi, terutama dalam menciptakan lapangan

kerja dan mendorong pemerataan ekonomi. Dalam konteks ekonomi digital, peran UMKM tidak hanya terbatas pada aktivitas produksi dan distribusi konvensional, tetapi juga sebagai aktor yang terlibat dalam ekosistem digital yang semakin kompleks (Yunis et al., 2021).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan karakteristik UMKM dari yang sebelumnya berbasis sumber daya fisik menjadi berbasis pengetahuan dan teknologi. Menurut Rahayu dan Day (2019), UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses bisnisnya cenderung memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam merespons perubahan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak lagi hanya ditentukan oleh skala usaha, tetapi juga oleh kemampuan adaptasi terhadap teknologi.

Selain itu, dalam perspektif ekonomi digital, UMKM berfungsi sebagai bagian dari jaringan ekonomi yang saling terhubung melalui platform digital. Keterhubungan ini memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, namun sekaligus meningkatkan tingkat persaingan (Nuryakin et al., 2020). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana UMKM beradaptasi dalam lingkungan digital yang dinamis.

Disrupsi Digital dan Perubahan Model Bisnis

Disrupsi digital merujuk pada perubahan signifikan yang terjadi akibat pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi. Fenomena ini tidak hanya menggantikan sistem lama, tetapi juga menciptakan model bisnis baru yang lebih efisien dan berbasis teknologi (Verhoef et al., 2021). Dalam konteks UMKM, disrupsi digital mendorong terjadinya transformasi dalam cara produksi, distribusi, dan interaksi dengan konsumen.

Karakter utama disrupsi digital dapat dilihat dari munculnya platform ekonomi, otomatisasi proses bisnis, serta digitalisasi layanan (Warner & Wäger, 2019). Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan membentuk ekosistem digital yang mempengaruhi cara UMKM beroperasi. Misalnya, penggunaan platform marketplace tidak hanya mengubah saluran distribusi, tetapi juga mempengaruhi strategi harga, promosi, dan hubungan dengan pelanggan.

Lebih lanjut, disrupsi digital juga mengubah perilaku konsumen menjadi lebih adaptif terhadap teknologi. Konsumen cenderung mengutamakan kemudahan akses, kecepatan layanan, dan transparansi informasi dalam melakukan transaksi (Kraus et al., 2021). Perubahan ini memaksa UMKM untuk menyesuaikan model bisnisnya agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

Dengan demikian, disrupsi digital dapat dipahami sebagai faktor eksternal yang mendorong perubahan struktural dalam sistem bisnis UMKM, sekaligus menjadi pemicu utama terjadinya transformasi digital.

Transformasi Digital UMKM

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha. Dalam konteks UMKM, transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan adopsi teknologi, tetapi juga perubahan dalam strategi, struktur organisasi, serta pola pikir pelaku usaha (Bouwman et al., 2019).

Menurut Li et al. (2020), transformasi digital UMKM dapat dilihat melalui tiga dimensi utama, yaitu digitalisasi proses, digitalisasi pemasaran, dan digitalisasi model bisnis. Ketiga dimensi ini saling terkait dan membentuk tingkat kematangan digital suatu usaha. UMKM yang hanya mengadopsi teknologi secara parsial cenderung tidak

memperoleh manfaat optimal dibandingkan dengan UMKM yang melakukan transformasi secara menyeluruh.

Selain itu, keberhasilan transformasi digital juga dipengaruhi oleh kesiapan internal dan dukungan eksternal. Kesiapan internal mencakup literasi digital, kompetensi sumber daya manusia, serta kesiapan organisasi dalam menerima perubahan (Ainin et al., 2020). Sementara itu, faktor eksternal meliputi infrastruktur digital, kebijakan pemerintah, serta akses terhadap layanan keuangan digital.

Dalam konteks ini, transformasi digital dapat dipandang sebagai proses adaptif yang dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar UMKM mampu mengintegrasikan teknologi digital secara efektif dalam aktivitas bisnisnya.

Strategi Adaptasi UMKM dalam Menghadapi Disrupsi Digital

Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi disrupsi digital tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan dalam model bisnis dan pendekatan pemasaran. Menurut Troise et al. (2022), strategi digital UMKM umumnya melibatkan pemanfaatan platform e-commerce, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta kolaborasi dengan ekosistem digital.

Pemanfaatan e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis. Sementara itu, penggunaan media sosial memberikan peluang untuk membangun hubungan yang lebih interaktif dengan konsumen (Dwivedi et al., 2021). Kedua strategi ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak dalam ekosistem digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan kapabilitas UMKM. Kolaborasi ini dapat berupa kerja sama dengan platform digital, penyedia layanan logistik, maupun institusi keuangan digital (Scuotto et al., 2021). Melalui kolaborasi, UMKM dapat mengakses sumber daya yang sebelumnya sulit dijangkau secara mandiri.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan sintesis teori yang telah diuraikan, penelitian ini membangun kerangka konseptual yang menempatkan disrupsi digital sebagai faktor pendorong utama yang memicu transformasi digital UMKM. Dalam proses tersebut, UMKM merespons melalui berbagai strategi adaptasi, seperti digitalisasi pemasaran, pemanfaatan e-commerce, dan kolaborasi dalam ekosistem digital.

Keberhasilan strategi tersebut dipengaruhi oleh faktor pendukung (literasi digital, infrastruktur, kebijakan) dan faktor penghambat (keterbatasan modal, SDM, dan resistensi perubahan). Interaksi antara faktor-faktor tersebut akan menentukan tingkat keberhasilan transformasi digital serta dampaknya terhadap daya saing UMKM.

Dengan demikian, kerangka konseptual penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital UMKM merupakan hasil dari interaksi dinamis antara tekanan eksternal (disrupsi digital), respons internal (strategi adaptasi), serta kondisi pendukung dan penghambat yang menyertainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai strategi UMKM dalam menghadapi disrupsi digital. Studi literatur dipilih karena mampu mengintegrasikan berbagai temuan empiris dan konseptual dari penelitian terdahulu

secara sistematis. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sumber-sumber ilmiah yang relevan, seperti jurnal nasional dan internasional, buku akademik, serta laporan resmi lembaga terkait. Penelusuran literatur dilakukan menggunakan basis data seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan SpringerLink dengan kata kunci yang berkaitan dengan “UMKM”, “digital disruption”, dan “digital transformation”.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi: (1) publikasi ilmiah yang terbit pada rentang tahun 2019-2023, (2) memiliki relevansi langsung dengan topik transformasi digital UMKM, dan (3) memuat temuan empiris atau kajian konseptual yang dapat dianalisis lebih lanjut. Sementara itu, sumber yang tidak memiliki keterkaitan substansial dengan fokus penelitian atau tidak memenuhi standar akademik dikeluarkan dari analisis. Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh sejumlah literatur yang kemudian diklasifikasikan sesuai dengan tema pembahasan. Pendekatan ini mengacu pada prinsip *systematic literature review* yang menekankan transparansi dan keterlacakan dalam proses pemilihan sumber (Snyder, 2019).

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola, konsep utama, serta hubungan antar variabel yang muncul dari berbagai literatur yang dikaji. Proses analisis meliputi tahap reduksi data, kategorisasi tema, serta penarikan kesimpulan yang bersifat interpretatif. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menyusun sintesis yang lebih terstruktur mengenai strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi disrupsi digital. Dengan demikian, metode yang digunakan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam melalui integrasi berbagai perspektif penelitian (Xiao & Watson, 2019; Paul & Criado, 2020).

HASIL PENELITIAN

Bentuk Disrupsi Digital pada UMKM

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa disrupsi digital pada UMKM di Indonesia ditandai oleh perubahan signifikan dalam pola operasional bisnis, khususnya pada aspek distribusi, transaksi, dan pemasaran. Pemanfaatan platform e-commerce telah menggeser model distribusi konvensional menjadi berbasis digital, sehingga memungkinkan pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas tanpa keterbatasan geografis. Fenomena ini sejalan dengan temuan (Kraus et al., 2021) yang menyatakan bahwa digitalisasi membuka peluang ekspansi pasar sekaligus meningkatkan intensitas persaingan.

Selain itu, perkembangan layanan *financial technology* (fintech) turut mendorong perubahan sistem transaksi dari tunai ke non-tunai yang lebih efisien dan transparan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga mempercepat proses bisnis UMKM. Penelitian oleh (Li et al., 2020) menunjukkan bahwa integrasi teknologi keuangan dalam bisnis kecil mampu meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi pengelolaan keuangan.

Disrupsi digital juga terlihat jelas pada perubahan strategi pemasaran. Media sosial telah berkembang menjadi kanal utama dalam membangun interaksi dengan konsumen, menggantikan metode promosi tradisional. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Dwivedi et al., 2021) yang menegaskan bahwa pemasaran digital memungkinkan pendekatan yang lebih personal dan interaktif. Dengan demikian, disrupsi digital tidak hanya mengubah alat yang digunakan UMKM, tetapi juga mengubah struktur pasar dan perilaku konsumen secara mendasar.

Strategi UMKM dalam Menghadapi Disrupsi Digital

Dalam merespons disrupsi digital, UMKM mengembangkan berbagai strategi adaptasi yang bersifat multidimensional. Salah satu strategi utama adalah pemanfaatan platform e-commerce sebagai sarana distribusi produk. Penggunaan marketplace memberikan kemudahan akses pasar dan menurunkan hambatan masuk bagi pelaku usaha kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nuryakin et al., 2020) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha melalui perluasan jaringan pasar.

Selain itu, UMKM juga mengoptimalkan digital marketing melalui media sosial untuk memperkuat hubungan dengan konsumen. Strategi ini tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada pembangunan loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang lebih intensif. (Ainin et al., 2020) menegaskan bahwa penggunaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan daya saing UMKM.

Strategi berikutnya adalah kolaborasi dengan berbagai aktor dalam ekosistem digital, seperti platform logistik dan penyedia layanan keuangan digital. Kolaborasi ini memungkinkan UMKM memperoleh akses terhadap sumber daya yang sebelumnya terbatas. Penelitian (Scuotto et al., 2021) menunjukkan bahwa kolaborasi dalam ekosistem digital dapat meningkatkan kapabilitas inovasi dan efisiensi operasional.

Selain itu, UMKM juga melakukan inovasi produk dan layanan sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen. Inovasi ini mencerminkan bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan teknologi, tetapi juga perubahan dalam model bisnis. (Troise et al., 2022) menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan inovasi dengan strategi bisnis. Dengan demikian, strategi UMKM dalam menghadapi disrupsi digital merupakan kombinasi antara adopsi teknologi, inovasi, dan kolaborasi.

Faktor Pendukung Transformasi Digital UMKM

Keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung yang saling terkait. Salah satu faktor utama adalah dukungan kebijakan pemerintah yang mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai program dan insentif. Kebijakan yang pro-digitalisasi terbukti mampu mempercepat adopsi teknologi, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. Hal ini didukung oleh penelitian (OECD, 2021) yang menyatakan bahwa intervensi pemerintah berperan penting dalam menciptakan ekosistem digital yang kondusif.

Selain itu, ketersediaan infrastruktur digital seperti akses internet yang luas dan terjangkau menjadi faktor kunci dalam mendukung transformasi digital. Tanpa infrastruktur yang memadai, pemanfaatan teknologi digital tidak dapat berjalan secara optimal. (Verhoef et al., 2021) menekankan bahwa infrastruktur merupakan fondasi utama dalam proses transformasi digital di berbagai sektor, termasuk UMKM.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah literasi digital pelaku UMKM. Kemampuan dalam memahami dan menggunakan teknologi digital sangat menentukan keberhasilan adopsi inovasi. Penelitian (Ainin et al., 2020) menunjukkan bahwa tingkat literasi digital yang tinggi berkorelasi positif dengan kinerja usaha. Selain itu, akses terhadap layanan keuangan digital juga berperan dalam mempermudah transaksi dan pembiayaan usaha. Dengan demikian, faktor pendukung transformasi digital mencerminkan adanya sinergi antara aspek kebijakan, teknologi, dan sumber daya manusia.

Faktor Penghambat Transformasi Digital UMKM

Di balik berbagai peluang yang ditawarkan, transformasi digital UMKM juga menghadapi sejumlah hambatan yang cukup kompleks. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang menyebabkan kesulitan dalam mengoperasikan teknologi dan mengelola bisnis secara digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Kraus et al., 2021) yang menyebutkan bahwa keterbatasan kompetensi digital menjadi kendala utama dalam proses transformasi.

Selain itu, keterbatasan modal juga menjadi faktor penghambat yang signifikan. Investasi awal yang dibutuhkan untuk mengadopsi teknologi seringkali menjadi beban bagi UMKM berskala kecil. (Li et al., 2020) menyatakan bahwa keterbatasan sumber daya finansial dapat memperlambat proses digitalisasi, terutama pada tahap awal transformasi.

Hambatan lainnya adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital. Kurangnya tenaga kerja yang terampil menyebabkan implementasi teknologi tidak berjalan optimal. Selain faktor internal, terdapat pula hambatan eksternal berupa ketimpangan infrastruktur digital antar wilayah. UMKM di daerah terpencil cenderung memiliki akses yang lebih terbatas terhadap teknologi dibandingkan dengan UMKM di wilayah perkotaan.

Selain itu, resistensi terhadap perubahan juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Sebagian pelaku UMKM masih enggan beralih ke sistem digital karena merasa lebih nyaman dengan metode konvensional. (Warner & Wäger, 2019) menegaskan bahwa faktor budaya organisasi dan kesiapan mental menjadi aspek penting dalam menentukan keberhasilan adopsi inovasi. Dengan demikian, hambatan transformasi digital bersifat multidimensional dan memerlukan pendekatan yang komprehensif untuk mengatasinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis literatur, dapat disimpulkan bahwa disrupsi digital telah mendorong perubahan mendasar dalam pola operasional dan dinamika persaingan UMKM di Indonesia. Perkembangan teknologi digital, seperti e-commerce, fintech, dan media sosial, tidak hanya mengubah cara UMKM menjalankan aktivitas bisnis, tetapi juga membentuk perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi. Kondisi ini menuntut UMKM untuk melakukan penyesuaian secara berkelanjutan agar tetap relevan dan kompetitif di tengah perubahan lingkungan bisnis.

Strategi adaptasi yang dilakukan UMKM menunjukkan bahwa transformasi digital tidak sekadar berkaitan dengan penggunaan teknologi, melainkan juga melibatkan perubahan dalam model bisnis, pola pemasaran, serta cara membangun hubungan dengan konsumen. Pemanfaatan platform digital, penguatan pemasaran berbasis teknologi, kolaborasi dalam ekosistem digital, serta inovasi produk dan layanan menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Keberhasilan strategi tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor pendukung, seperti kebijakan pemerintah, ketersediaan infrastruktur digital, tingkat literasi digital, serta akses terhadap layanan keuangan. Namun demikian, berbagai hambatan seperti keterbatasan sumber daya, rendahnya kemampuan digital, serta ketimpangan infrastruktur masih menjadi tantangan yang perlu diatasi secara sistematis.

Secara konseptual, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menyajikan sintesis yang lebih terintegrasi mengenai hubungan antara disrupsi digital, strategi adaptasi, serta faktor pendukung dan penghambat dalam transformasi digital UMKM.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengandalkan data sekunder dari literatur, sehingga belum mampu menggambarkan kondisi empiris secara langsung di lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan empiris, baik melalui survei maupun studi kasus, guna menguji secara lebih mendalam efektivitas strategi digital yang diterapkan oleh UMKM di berbagai sektor dan wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2020). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, 120(2), 344-363.
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Rana, N. P., & Simintiras, A. C. (2021). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 56, 102168.
- Hidayat, R., Kurniawan, A., & Prabowo, H. (2022). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: Opportunities and challenges. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(2), 123-135.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Data UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2021). Digital transformation in SMEs: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 123, 332-342.
- Lestari, D., & Purnomo, A. (2022). Adoption of digital marketing among SMEs in Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(1), 45-58.
- Li, F., Su, L., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2020). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 30(6), 1129-1157.
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238.
- Nuryakin, N., Wahyudi, S., & Widodo, W. (2020). Digital capability and SME performance: The mediating role of innovation. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 10-20.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know? *International Business Review*, 29(4), 101717.
- Prasetyo, P. E., & Huda, S. (2019). Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi daerah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(1), 45-58.
- Putri, N. A., & Santoso, B. (2020). Digital readiness of SMEs in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 89-98.
- Rahayu, R., & Day, J. (2019). Determinant factors of e-commerce adoption by SMEs in developing country: Evidence from Indonesia. *Procedia Computer Science*, 161, 169-176.
- Ramadhani, F., Utami, S., & Rahmawati, D. (2023). Digital literacy and MSME performance in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(1), 15-27.

- Sari, D. P., & Nugroho, R. (2021). Contribution of SMEs to economic growth in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 14(2), 101-112.
- Scuotto, V., Del Giudice, M., Garcia-Perez, A., & Orlando, B. (2021). Fostering SMEs' digital transformation: The role of dynamic capabilities. *Journal of Business Research*, 123, 292-302.
- Setiawan, R., & Widodo, T. (2021). Digital transformation of SMEs in Indonesia. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(2), 45-60.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs successfully navigate digital transformation? *Journal of Business Research*, 143, 37-47.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.
- Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation. *Long Range Planning*, 52(3), 326-349.
- Wibowo, A., Hartono, B., & Susanto, H. (2021). The role of e-commerce adoption in improving SME performance. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 22(3), 201-213.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93-112.
- Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2021). The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(2), 563-582.