

## STRATEGI SDM UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI DAN E-COMMERCE

Oleh:

<sup>1</sup>Tanti Widia Nurdiani, <sup>2</sup>R. M Mahrus Alie, <sup>3</sup>Doni Teguh Wibowo

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Jl. Raya Mojosari No.2, Dawuhan, Jatilejoyoso, Kec. Kepanjen, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65163

Email: tanti\_widia@uniramalang.ac.id<sup>1</sup>, mahrus99@uniramalang.ac.id<sup>2</sup>,  
doniteguh Wibowo@uniramalang.ac.id<sup>3</sup>

---

### ABSTRACT

*The aim of this research is to determine the strategy of MSME human resources in facing digitalization and e-commerce. This research approach collects data through literature studies, which involves reading literature from various sources including books, reports, articles and journals using qualitative research. The findings in this research are that there are several strategies for MSME human resources in facing digitalization and e-commerce, including: 1. Increasing digital literacy and competence, so that human resources are able to understand and utilize technology effectively. 2. Recruitment of digitally literate talent, to accelerate technology-based business transformation. 3. Developing an adaptive and innovative work culture, to encourage changes in thinking patterns and the courage to experiment. 4. Utilization of technology in work activities, to improve efficiency and service. 5. Data-based performance management, so that the evaluation and performance improvement process is more measurable and objective. 6. Collaboration and training partnerships, to expand HR access to training and mentoring from external parties. 7. Reskilling and upskilling human resources, so that the MSME workforce remains relevant and ready to face change. With these strategies, MSMEs can not only survive, but can also develop, compete and innovate in the digital era and e-commerce which continues to grow rapidly.*

**Keywords:** MSME HR Strategy, Digitalization, E-Commerce.

---

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi sdm umkm dalam menghadapi digitalisasi dan e-commerce. Pendekatan penelitian ini mengumpulkan data melalui studi literatur, yang melibatkan pembacaan literatur dari berbagai sumber termasuk buku, laporan, artikel, dan jurnal dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Temuan dalam penelitian ini adalah terdapat beberapa strategi sdm umkm dalam menghadapi digitalisasi dan e-commerce, meliputi: 1. Peningkatan literasi dan kompetensi digital, agar SDM mampu memahami dan memanfaatkan teknologi secara efektif. 2. Rekrutmen talenta yang melek digital, untuk mempercepat transformasi bisnis berbasis teknologi. 3. Pengembangan budaya kerja adaptif dan inovatif, guna mendorong perubahan pola pikir dan keberanian bereksperimen. 4. Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas kerja, untuk meningkatkan efisiensi dan pelayanan. 5. Manajemen kinerja berbasis data, agar proses evaluasi dan peningkatan kinerja lebih terukur dan objektif. 6. Kolaborasi dan kemitraan pelatihan, guna memperluas akses SDM terhadap pelatihan dan pendampingan dari pihak luar. 7. Reskilling dan upskilling SDM, agar tenaga kerja UMKM tetap relevan dan siap menghadapi

perubahan. Dengan strategi-strategi tersebut, UMKM tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga dapat berkembang, bersaing, dan berinovasi di era digital serta e-commerce yang terus berkembang pesat.

**Kata Kunci:** Strategi SDM UMKM, Digitalisasi, E-Commerce

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan e-commerce telah membawa perubahan besar dalam dunia usaha, termasuk bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era digital saat ini, konsumen semakin terbiasa melakukan transaksi secara online, menggunakan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya. Hal ini menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat agar tetap kompetitif dan relevan di pasar (Barus et al., 2023). Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi adalah kesiapan sumber daya manusia (SDM). Banyak pelaku UMKM maupun karyawannya yang belum memiliki keterampilan digital yang memadai, mulai dari pemasaran digital, pengelolaan platform e-commerce, hingga pemanfaatan teknologi untuk efisiensi operasional (Agustin et al., 2023).

Swastha menyatakan bahwa suatu perusahaan memerlukan strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya: “Strategi adalah seperangkat strategi yang menggambarkan bagaimana suatu perusahaan harus bergerak untuk mencapai tujuannya (Magdalena & Ellyani, 2018). Oleh karena itu, strategi pemasaran sangat penting, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Karena usaha kecil dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di saat krisis. Menurut W.Y. Stanton, pemasaran adalah keseluruhan sistem yang mencakup tujuan perencanaan, penetapan harga, periklanan, dan pendistribusian barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli aktual dan calon pembeli (Kondo et al., 2023). Pemasaran berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Setiap perusahaan ingin menghasilkan uang dengan memberikan nilai kepada pelanggannya (M. A. Miradji et al., 2025). Dalam perekonomian yang kompetitif di mana pembeli yang semakin rasional dihadapkan pada banyak pilihan, perusahaan hanya dapat berhasil dengan menerapkan proses pengiriman berkualitas tinggi dan memilih, memberikan dan mengkomunikasikan nilai yang unggul (Nurrahman et al., 2024).

Tanpa strategi SDM yang tepat, transformasi digital UMKM berisiko tidak berjalan optimal (Haholongan et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk merancang strategi pengelolaan SDM yang adaptif, inovatif, dan mampu mendukung proses digitalisasi secara menyeluruh. Strategi ini mencakup pelatihan digital, perekrutan talenta yang relevan, penggunaan teknologi dalam pengelolaan SDM, serta penciptaan budaya kerja yang responsif terhadap perubahan. Melalui strategi SDM yang terstruktur, UMKM tidak hanya dapat mengikuti perkembangan zaman, tetapi juga memperkuat daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi bisnis secara keseluruhan (Aini et al., 2025).

Transformasi digital dan pertumbuhan e-commerce telah mengubah secara signifikan cara dunia usaha beroperasi. Inovasi teknologi tidak hanya menciptakan peluang baru, tetapi juga menuntut perubahan dalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) (Siahaan et al., 2025). Di era digital ini, kemampuan SDM untuk beradaptasi dan menguasai teknologi menjadi faktor kunci dalam keberhasilan suatu organisasi atau usaha, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak organisasi, khususnya UMKM, menghadapi tantangan besar dalam mempersiapkan SDM yang mampu mengikuti laju perubahan digital. Rendahnya literasi digital, keterbatasan keterampilan teknis, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya inovasi menjadi penghambat dalam proses adopsi teknologi dan e-commerce (Kamil et al., 2022). Tanpa SDM yang kompeten

dan adaptif, transformasi digital berisiko hanya menjadi formalitas tanpa dampak nyata terhadap efisiensi dan daya saing usaha (Rachmawati, 2024).

Oleh karena itu, penting bagi setiap pelaku usaha untuk mengembangkan strategi pengelolaan SDM yang mampu menjawab tantangan digitalisasi. Ini mencakup upaya peningkatan kompetensi melalui pelatihan dan pengembangan, perencanaan tenaga kerja yang berbasis kebutuhan teknologi, serta pembentukan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan pembelajaran berkelanjutan (Muntadhiroh et al., 2024). Dengan SDM yang unggul dan adaptif terhadap perubahan teknologi, sebuah organisasi dapat tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah era digital dan persaingan e-commerce yang semakin dinamis (A. Miradji et al., 2024).

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi sdm umkm dalam menghadapi digitalisasi dan e-commerce.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Strategi SDM

Strategi SDM adalah rencana jangka panjang yang disusun oleh organisasi untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya manusianya agar selaras dengan tujuan bisnis dan perubahan lingkungan, termasuk perubahan teknologi dan pasar. Menurut (Armstrong, 2009) Strategi SDM adalah pendekatan terpadu dan koheren untuk pengelolaan tenaga kerja, yang bertujuan untuk mencapai kinerja organisasi yang berkelanjutan melalui orang-orangnya.

### UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan dengan berbeda di setiap litetur menurut beberapa lembaga atau instansi bahkan undangundang. Berdasarkan UU No.20 tahun 2008 tentang UMKM, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro yang diatur dalam peraturan undang-undang ini.
2. Usaha Kecil merupakan jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dan memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil yang diatur dalam peraturan undangundang ini.
3. Usaha Menengah adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dan memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan undang-undang ini.

### Digitalisasi UMKM

Kemajuan teknologi digital, seperti smartphone nirkabel, internet, aplikasi web, aplikasi seluler, dan media sosial, telah mendorong perkembangan bisnis digital yang inklusif. Kehadiran teknologi digital memberikan akses yang lebih mudah bagi korporasi yang berkembang dan juga bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja bisnis dan membangun ketahanan bisnis di era new normal. Teknologi digital memberikan peluang berharga bagi UMKM untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam industri yang sangat kompetitif saat ini. Penting bagi UMKM karena sektor ini diakui sebagai sektor ekonomi yang esensial bagi stabilitas dan daya saing perekonomian suatu negara (Hisnul et al., 2022). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan besar, seperti

keterbatasan akses keuangan, keterampilan manajemen yang kurang, keterbatasan akses teknologi terbaru, dan hubungan yang tidak menguntungkan dengan perusahaan besar. Selain itu, penetrasi teknologi digital juga telah mendorong munculnya model bisnis baru yang dikenal sebagai ekonomi berbagi. Model bisnis ini memungkinkan alokasi sumber daya di berbagai sektor, seperti pariwisata, perhotelan, layanan keuangan, dan transportasi, melalui platform online (Juwita et al., 2022).

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan topik penelitian, antara lain buku, jurnal, artikel, dan dokumen. Dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan, tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai teori, konsep, dan metode yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Dengan menggunakan metode ini, tidak hanya dapat membandingkan dan mengevaluasi berbagai perspektif, argumen, dan bukti dalam literatur yang Anda ulas, namun juga menemukan konteks, kerangka kerja, hipotesis, dan variabel penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian Anda. Penelitian kepustakaan merupakan metode penelitian yang efektif dan berhasil yang menghasilkan informasi berkualitas tinggi dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam menghadapi gelombang digitalisasi yang terus berkembang, peran SDM usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi semakin penting dalam perekonomian global. Masyarakat menengah kebawah memiliki peran krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, namun seringkali mereka menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan kelangsungan bisnis mereka. Dalam konteks ini, manajemen strategis SDM UMKM memegang peranan penting untuk mengoptimalkan potensi dan meminimalkan risiko dalam menghadapi digitalisasi dan E-Commerce.

### **Strategi SDM UMKM dalam Menghadapi Digitalisasi dan E-Commerce**

UMKM juga menyadari pentingnya digitalisasi dalam menghadapi era disruptif dan mempertahankan keberlangsungan bisnis mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Meskipun ada berbagai strategi digitalisasi yang dapat diterapkan, setiap UMKM perlu menyesuaikannya dengan kebutuhan dan kondisi bisnis mereka. Penelitian mengenai digitalisasi UMKM terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya transformasi digital dalam bisnis. UMKM dari segala skala dan sektor semakin memahami bahwa digitalisasi menjadi kunci untuk dapat bersaing dan bertahan di era yang penuh dengan perubahan ini. Namun, implementasi digitalisasi bukanlah hal yang mudah bagi UMKM. Mereka harus mempertimbangkan berbagai faktor agar dapat menghindari kegagalan yang dapat berdampak negatif pada bisnis mereka.

Digitalisasi dan e-commerce telah menjadi tantangan sekaligus peluang besar bagi UMKM. Untuk dapat bertahan dan berkembang, UMKM perlu mengembangkan strategi SDM (Sumber Daya Manusia) yang relevan dan adaptif. Berikut adalah beberapa strategi yang bisa diterapkan:

### **1. Peningkatan Literasi dan Kompetensi Digital**

Peningkatan Literasi dan Kompetensi Digital SDM UMKM adalah proses pembekalan SDM UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan digital agar mereka mampu memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi secara optimal dalam menjalankan usaha di era digital dan e-commerce. Ini mencakup kemampuan memahami informasi digital, seperti cara menggunakan internet, media sosial, dan aplikasi digital secara umum. Kesadaran terhadap etika digital, seperti sopan santun berkomunikasi di dunia online, serta pemahaman hak cipta dan privasi. Pemahaman keamanan digital, seperti mengenali penipuan online, pentingnya password yang kuat, dan perlindungan data. Tujuannya: Agar SDM UMKM tidak hanya menggunakan teknologi, tapi juga memahami cara kerja dan risikonya (Aini et al., 2024).

### **2. Rekrutmen Talenta yang Melek Digital**

Rekrutmen talenta yang melek digital adalah proses mencari, menyeleksi, dan merekrut tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang teknologi digital untuk mendukung operasional dan pengembangan UMKM. Digitalisasi dan e-commerce mengharuskan UMKM menguasai teknologi. SDM yang melek digital dapat mempercepat proses adaptasi dan transformasi bisnis sehingga UMKM dapat bersaing lebih baik di pasar online dan mengelola bisnis lebih efisien

### **3. Pengembangan Budaya Kerja Adaptif dan Inovatif**

Pengembangan budaya kerja adaptif dan inovatif adalah upaya menciptakan lingkungan kerja di mana SDM UMKM yang mana Siap menghadapi perubahan, terutama akibat digitalisasi dan perkembangan e-commerce. Berpikir kreatif dan berani mencoba hal baru untuk meningkatkan daya saing usaha. Tujuan Pengembangan Budaya ini Agar SDM tidak kaku terhadap perubahan, seperti teknologi baru atau model bisnis digital. Mendorong SDM untuk selalu mencari solusi, ide baru, dan perbaikan berkelanjutan. Menjadikan UMKM lebih tangguh, lincah, dan mampu bersaing dalam era digital.

### **4. Pemanfaatan Teknologi SDM**

Pemanfaatan teknologi oleh SDM UMKM adalah proses menggunakan alat, sistem, atau platform digital untuk mendukung berbagai aktivitas bisnis, seperti produksi, pemasaran, penjualan, hingga pelayanan pelanggan. Tujuannya agar UMKM lebih efisien, kompetitif, dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas di era digital. Pemanfaatan teknologi oleh SDM UMKM sangat penting untuk mendukung transformasi digital. Dengan keterampilan yang tepat dan alat yang sesuai, SDM bisa menjalankan bisnis lebih efektif, profesional, dan siap bersaing di era e-commerce.

### **5. Manajemen Kinerja Berbasis Data**

Manajemen kinerja berbasis data adalah proses memantau, mengevaluasi, dan meningkatkan kinerja SDM (Sumber Daya Manusia) UMKM dengan menggunakan data konkret sebagai dasar pengambilan keputusan. Tujuan utamanya adalah memastikan setiap karyawan bekerja secara efektif dan hasil kerjanya bisa diukur secara objektif. Manajemen kinerja berbasis data membuat pengelolaan SDM UMKM menjadi lebih profesional, adil, dan terukur. Ini mendorong setiap individu untuk berkembang dan berkontribusi nyata terhadap kemajuan bisnis.

### **6. Kolaborasi dan Kemitraan Pelatihan**

Kolaborasi dan kemitraan pelatihan SDM UMKM adalah strategi di mana UMKM bekerja sama dengan pihak eksternal (pemerintah, swasta, kampus, komunitas, atau LSM) untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan tenaga kerjanya melalui program pelatihan dan pendampingan. Tujuannya agar SDM UMKM tidak perlu belajar sendirian, tetapi bisa mendapatkan pengetahuan, keterampilan, dan wawasan baru dari pihak yang lebih ahli dan berpengalaman. Kolaborasi dan kemitraan

pelatihan adalah solusi cerdas bagi UMKM untuk mengembangkan SDM secara berkelanjutan tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Dengan membuka diri terhadap kerja sama, UMKM bisa tumbuh lebih cepat, lebih profesional, dan siap menghadapi tantangan zaman.

### **7. Reskilling dan Upskilling SDM**

Reskilling adalah proses melatih ulang SDM agar memiliki keterampilan baru yang berbeda dari pekerjaan sebelumnya, agar bisa menjalankan tugas atau peran baru. Sedangkan Upskilling adalah proses meningkatkan keterampilan yang sudah dimiliki SDM, agar mereka lebih ahli dan produktif dalam bidang yang sedang dikerjakan. Kedua strategi ini penting agar SDM UMKM bisa beradaptasi dengan perubahan teknologi, digitalisasi, dan kebutuhan pasar. Reskilling dan upskilling adalah investasi penting bagi UMKM untuk memastikan SDM-nya tetap relevan, produktif, dan siap mendukung pertumbuhan bisnis di era digital.

Berbagai strategi digitalisasi yang dapat dilakukan oleh SDM UMKM termasuk menjaga bisnis mereka selalu diperbarui dengan teknologi, mengoptimalkan konten melalui praktik SEO terbaik, memanfaatkan platform media sosial yang efektif secara biaya untuk membangun merek dan mempromosikan produk, menerapkan teknologi keuangan (Financial Technology) dan digitalisasi sumber daya manusia, serta memastikan adanya infrastruktur digital yang berkualitas dan terjangkau (Alamudi, 2025). Selain itu, penting juga untuk mengadopsi literasi digital, melatih dan memberikan pendidikan tentang e-commerce, memperluas jaringan internet, meningkatkan kesadaran akan isu-isu kinerja sosial, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital yang mendukung praktik ramah lingkungan (green practices). Selain itu, kolaborasi dengan pihak eksternal, memanfaatkan dukungan pemerintah dan insentif yang tersedia, serta belajar secara berkelanjutan dan melakukan penyesuaian terus menerus juga merupakan faktor penting dalam strategi digitalisasi UMKM (Qomar et al., 2024).

### **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Yang Memengaruhi Digitalisasi UMKM**

Digitalisasi UMKM menjadi solusi yang penting dalam menghadapi era disruptif saat ini. Terdapat banyak faktor yang mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi, termasuk permintaan pelanggan, persaingan dengan pesaing, inovasi produk dan layanan, nilai tambah yang dapat diberikan, dan pemanfaatan data secara efektif. Penelitian seputar digitalisasi UMKM semakin meningkat dan mencakup berbagai faktor yang memengaruhi digitalisasi, strategi yang digunakan, dan keterampilan yang diperlukan dalam menghadapinya (Adnyani & Agustini, 2020). Setiap faktor tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap proses bisnis di dalam UMKM. Berikut adalah beberapa studi yang berkaitan dengan faktor-faktor digitalisasi UMKM. Kesuksesan digitalisasi UMKM tergantung pada beberapa faktor utama. Faktor-faktor tersebut meliputi keterampilan teknologi informasi (IT), keterampilan manajemen personalia, transaksi online, ketersediaan teknologi berkualitas, teknologi dan tema yang relevan dengan organisasi, lingkungan dan tema yang relevan, harapan dan tema yang relevan, sikap, kendali perilaku yang dirasakan, norma subjektif, niat perilaku, penggunaan nyata pemasaran digital, kenyamanan pembayaran, profitabilitas, gender dan program pelatihan, ukuran bisnis dan gender, pelatihan yang disponsori pemerintah, sektor bisnis, tingkat pengalaman, dukungan manajemen puncak, sumber daya yang tidak kompatibel, biaya transisi, perubahan budaya, kemampuan IT dan digitalisasi sistem, otomatisasi proses, pengetahuan dan keterampilan industri 4.0, kemampuan konektivitas IT, teknologi yang ramah pengguna, motivasi intrinsik, pengetahuan TIK, kesiapan untuk digitalisasi dalam UMKM kuliner, dan faktor-faktor lain yang relevan (Muttaqim et al., 2024).

Penting bagi SDM UMKM untuk memperhatikan faktor-faktor ini dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam digitalisasi. Dalam hal ini, peningkatan keterampilan digital, dukungan manajemen puncak, adaptasi budaya organisasi, pemahaman yang baik tentang teknologi yang digunakan, dan kesiapan untuk berubah adalah beberapa langkah penting yang dapat diambil. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini dan mengimplementasikan strategi yang sesuai, SDM UMKM dapat mencapai keberhasilan dalam proses digitalisasi dan tetap bersaing di era yang semakin digital ini.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dalam menghadapi tantangan dan peluang era digital, penguatan peran Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi kunci keberhasilan UMKM. Digitalisasi dan perkembangan e-commerce menuntut UMKM untuk tidak hanya bertransformasi secara teknologi, tetapi juga membangun SDM yang adaptif, inovatif, dan kompeten. Beberapa strategi penting yang harus diterapkan UMKM antara lain: 1. Peningkatan literasi dan kompetensi digital, agar SDM mampu memahami dan memanfaatkan teknologi secara efektif. 2. Rekrutmen talenta yang melek digital, untuk mempercepat transformasi bisnis berbasis teknologi. 3. Pengembangan budaya kerja adaptif dan inovatif, guna mendorong perubahan pola pikir dan keberanian bereksperimen. 4. Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas kerja, untuk meningkatkan efisiensi dan pelayanan. 5. Manajemen kinerja berbasis data, agar proses evaluasi dan peningkatan kinerja lebih terukur dan objektif. 6. Kolaborasi dan kemitraan pelatihan, guna memperluas akses SDM terhadap pelatihan dan pendampingan dari pihak luar. 7. Reskilling dan upskilling SDM, agar tenaga kerja UMKM tetap relevan dan siap menghadapi perubahan. Dengan strategi-strategi tersebut, UMKM tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga dapat berkembang, bersaing, dan berinovasi di era digital serta e-commerce yang terus berkembang pesat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, N. K. S., & Agustini, D. A. E. (2020). Digitalisasi sebagai Pemulihan Perekonomian di Sektor Kerajinan dalam Mendukung Kebangkitan UMKM di Provinsi Bali. *Pengabdian Pada Masyarakat*, 02(November), 87–96.
- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16, 33.
- Aini, A. N., Rizky, V., Rohana, L., Azizah, Y., & Aprilia, D. (2025). Pendampingan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dalam Ekspansi Pasar melalui Platform E-commerce. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 91–97.
- 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://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2842>

- Alamudi, A. K. (2025). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia : Transformasi Digital Melalui Human Resources Empowerment : Digital Transformation Through Digital Marketing on. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 04(02), 80–87.
- Barus, D. R., Natanael Simamora, H., Glora Surya Sihombing, M., Panjaitan, J., & Susana Saragih, L. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 357–365. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Haholongan, R., Antaty, S. N. A., Yan, S. K., Azzahra, J. P., Zahra, J. A., Dasura, A., & Pratama, R. A. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6073–6082.
- Hisnul, H., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknologi Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.693>
- Juwita, O., Firdonsyah, A., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Pembangunan Ekosistem Dalam Mengembangkan UMKM. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(1), 59. <https://doi.org/10.19184/isj.v7i1.31547>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kondo, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. *Technomedia Journal*, 8(2), 221–234. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2089>
- Magdalena, H., & Ellyani, W. (2018). Strategi memanfaatkan e-commerce dalam memasarkan makanan khas Bangka (Studi Kasus : Aneka Citra Snack). *CogITO Smart Journal*, 3(2), 286–298. <https://doi.org/10.31154/cogito.v3i2.64.286-298>
- Miradji, A., Istikhoroh, S., Anggraini, D. N., & ... (2024). Manajemen Startegi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Menghadapi Digitalisasi: Manajemen Strategi. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 29(1), 1–13. [https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah\\_ekonomi/article/view/8939%0Ahttps://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah\\_ekonomi/article/download/8939/5523](https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/8939%0Ahttps://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/download/8939/5523)
- Miradji, M. A., Istikhoroh, S., Fitri, N. L., Arista, C. D., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Pgri, U., & Buana, A. (2025). Analisis Strategi Manajemen Digital pada UMKM dengan Upaya Meningkatkan Daya Saing di Pasar Lokal budaya organisasi untuk mendukung pelaksanaan strategi . untuk memastikan bahwa tujuan tercapai dan melakukan penyesuaian jika diperlukan . Manajemen Strateg. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 72–76.

- Muntadhiroh, F. A., Nisak, I. L., & Kediri, I. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce : Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 628–633.
- Muttaqim, H., Rizkina, A., & Rizal, M. (2024). Penerapan Konsep E-Commerce melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Mom n Me di Desa Lhok Mambang , Aceh. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 531–539. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.387>
- Nurrahman, S., Saefullah, A., Marthin Sitohang, R., Syaputra, R., Puspita Hakim, M., Ganesha, S., & Penulis korespondensi, J. (2024). Pemanfaatan Platform Digital E-commerce Tiktok & Shopee Affiliate dalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), 23–35. <https://jurnal.stieganesha.ac.id/index.php/jcre/article/view/36>
- Qomar, B., Zaka, M. Z., & Muhammad, D. H. (2024). Marketing Development Strategy for Micro , Small and Medium Enterprises ( MSMEs ) in the Digital Era in Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Garuda*, 2(September).
- Rachmawati, M. (2024). Adopsi E-Commerce UMKM sebagai Upaya Adaptasi Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 695–700. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2377>
- Siahaan, M., Samadara, S., & Bire, A. R. (2025). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM Di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang. *JURNAL MANEKSI*, 14(01), 337–344.