



Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil

Dewi Rika Avista¹, Untay Arofatul Sekar Langit^{2*}, Mashudi³

Universitas Trunojoyo Madura

Informasi Artikel

*Corresponding Penulis :

230721100108@student.trunojoyo.ac.id



This is an open access article under the CC BY license

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ABSTRACT

MSMEs play a vital role in the national economy, yet those operating in remote areas continue to face significant challenges in terms of digital literacy and managerial capacity. This study aims to theoretically examine the relationship between digital literacy, managerial strengthening, and empowerment strategies for rural MSMEs. The research employs a library research method by analyzing scholarly journals, reference books, government reports, and documents from international organizations. Conceptual findings suggest that digital literacy and strategic management complement each other in enhancing MSME competitiveness. The Resource-Based View (RBV) and Diffusion of Innovation (DOI) theories provide an effective framework to understand the dynamics of technology adoption and the management of internal resources. The theoretical implication of this study supports the validity of integrating RBV and DOI in designing capacity-based empowerment strategies. In practical terms, the study emphasizes the need for integrated policies and programs that offer contextual digital and managerial training. This research is expected to serve as a foundational reference for developing adaptive empowerment models for MSMEs in remote areas in the era of digital transformation.

Keywords: MSMEs, Digital Literacy, Strategic Management, RBV, DOI, Remote Areas.

ABSTRAK

UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian nasional, namun pelaku usaha di daerah terpencil masih menghadapi tantangan serius dalam hal literasi digital dan kapasitas manajerial. Penelitian ini bertujuan mengkaji secara teoritis hubungan antara literasi digital, penguatan manajemen, dan strategi pemberdayaan UMKM di wilayah rural. Metode yang digunakan adalah studi pustaka (library research) dengan menganalisis jurnal ilmiah, buku, laporan pemerintah, dan dokumen organisasi internasional. Temuan konseptual menunjukkan bahwa literasi digital dan manajemen strategis saling melengkapi dalam memperkuat daya saing UMKM. Pendekatan berbasis teori Resource-Based View (RBV) dan Diffusion of Innovation (DOI) menjadi kerangka yang efektif untuk memahami dinamika adopsi teknologi serta pengelolaan sumber daya internal UMKM. Implikasi teoritis dari penelitian ini mendukung validitas integrasi RBV dan DOI dalam pengembangan strategi pemberdayaan berbasis kapasitas. Sementara itu, kontribusi praktisnya menekankan perlunya kebijakan dan program terintegrasi yang menggabungkan pelatihan digital dan manajerial secara kontekstual. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan awal untuk pengembangan model pemberdayaan UMKM terpencil yang lebih adaptif terhadap era transformasi digital.

Kata kunci: UMKM, Literasi Digital, Manajemen Strategis, RBV, DOI, Daerah Terpencil.

PENDAHULUAN

UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi & UKM RI, 2022). Namun, daya saing dan produktivitasnya masih belum optimal, terutama di daerah terpencil, akibat keterbatasan teknologi, informasi pasar, dan pelatihan manajemen, yang menghambat transformasi UMKM menjadi pelaku ekonomi digital yang tangguh dan adaptif.

Rendahnya literasi digital menjadi tantangan besar bagi UMKM di daerah terpencil.

Literasi digital mencakup kemampuan mengoperasikan teknologi serta pemahaman kritis dalam memanfaatkan informasi digital untuk pengambilan keputusan bisnis (Ng, 2012). Tanpa literasi ini, UMKM sulit memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital, seperti pemasaran daring, pembayaran elektronik, dan optimalisasi rantai pasok berbasis teknologi. Selain itu, pengelolaan bisnis yang masih bersifat tradisional, tidak terstruktur, dan minim dokumentasi semakin memperlemah posisi UMKM di tengah dinamika pasar yang kompetitif.

Literasi digital dan penguatan manajemen sangat penting bagi pemberdayaan UMKM di daerah terpencil untuk mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Rendahnya digitalisasi dan lemahnya praktik manajerial menyebabkan UMKM di wilayah rural tertinggal dalam ekosistem ekonomi digital. Penelitian ini mengkaji hubungan literasi digital, kapasitas manajerial, dan strategi pemberdayaan UMKM menggunakan pendekatan Resource-Based View (RBV) dan Diffusion of Innovation (DOI), yang membantu memahami pemanfaatan sumber daya internal serta adopsi teknologi secara efektif (Rogers, 2003; Teece *et al.*, 1997). Kedua teori ini relevan dalam menjelaskan adaptasi dan keunggulan kompetitif UMKM. Kesenjangan antara potensi besar UMKM dan rendahnya adopsi teknologi digital serta praktik manajerial modern, terutama di pedesaan. Kondisi ini menghambat pertumbuhan ekonomi lokal dan memperlebar ketimpangan antarwilayah. Oleh karena itu, diperlukan pemberdayaan yang sistematis dan berbasis teori untuk merancang kebijakan serta program pelatihan yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM dikategorikan menjadi jumlah aset dan omzet per tahun: usaha mikro dengan aset maksimal Rp50 juta dan omzet maksimal Rp300 juta, usaha kecil dengan aset Rp50–500 juta dan omzet Rp300 juta–2,5 miliar, serta usaha menengah dengan aset Rp500 juta–10 miliar dan omzet Rp2,5–50 miliar (UU Nomor 20 Tahun 2008). Definisi ini menekankan pentingnya skala usaha dalam merumuskan kebijakan pembinaan dan pemberdayaan.

UMKM di daerah terpencil memiliki keterbatasan modal, teknologi konvensional, serta manajemen yang kurang terdokumentasi dengan baik (Tambunan, 2019). Ketergantungan pada tenaga kerja keluarga, akses terbatas ke lembaga keuangan, dan minimnya konektivitas digital semakin menghambat pertumbuhan usaha. Selain itu, keterbatasan infrastruktur seperti jalan, transportasi, dan sinyal internet menjadi hambatan dalam distribusi produk dan pemasaran (Xieming & Puspitowati, 2024), serta memperlambat difusi inovasi. Literasi digital adalah kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara kritis (Ng, 2012). Bagi UMKM, literasi digital mencakup penguasaan teknologi informasi serta keterampilan menggunakan platform digital untuk pemasaran, transaksi keuangan, dan analitik data, yang berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Literasi digital bagi UMKM mencakup akses informasi melalui internet, penggunaan aplikasi bisnis, kesadaran keamanan digital, dan kemampuan beradaptasi dengan teknologi (UNESCO, 2018). Literasi ini meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Teknologi digital berperan penting dalam inovasi bisnis, efisiensi biaya, serta perluasan jaringan pelanggan, dengan e-commerce dan digital marketing terbukti meningkatkan pendapatan UMKM (World Bank, 2021). Namun, masih banyak UMKM di daerah terpencil yang belum memahami potensi digitalisasi dalam bisnis mereka. Selain literasi digital, manajemen strategis juga krusial bagi UMKM, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan usaha. Manajemen yang sistematis dapat meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha, termasuk analisis pasar, struktur kerja, dan evaluasi kinerja (Wibowo *et al.*, 2022). Oleh karena itu, integrasi literasi digital dan manajemen strategis menjadi kunci dalam mendukung daya saing UMKM, terutama di daerah terpencil.

Tantangan utama dalam manajemen UMKM di daerah terpencil meliputi keterbatasan kemampuan keuangan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan lemahnya strategi pemasaran. Banyak pelaku UMKM belum memiliki pembukuan keuangan yang memadai sehingga sulit mengakses pembiayaan dari perbankan. Di sisi lain, kurangnya pelatihan manajerial menyebabkan rendahnya efisiensi dalam produksi dan distribusi barang (Mashudi *et al.*, 2023).

Penguatan manajemen UMKM memerlukan intervensi berupa pelatihan teknis,

pendampingan usaha, dan peningkatan akses informasi. Pemerintah dan lembaga pendidikan tinggi berperan penting dalam menjembatani kesenjangan pengetahuan manajerial di kalangan UMKM. Kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan akademik menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem pemberdayaan UMKM yang terstruktur dan berkelanjutan (Kementerian Koperasi & UKM RI, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kualitatif berbasis pustaka yang menganalisis literatur ilmiah dan dokumen resmi terkait pemberdayaan UMKM di daerah terpencil melalui literasi digital dan penguatan manajemen. Data diperoleh dari jurnal terindeks (Scopus, Google Scholar), buku akademik, serta laporan dari lembaga pemerintah dan organisasi internasional seperti World Bank, (OECD, 2021), dan (UNDP, 2020).

Teknik analisis yang digunakan mencakup sintesis tematik dan analisis kritis. Sintesis tematik mengidentifikasi pola dan tema utama dalam literatur (Thomas & Harden, 2008) sementara analisis kritis mengevaluasi kelebihan dan keterbatasan studi terdahulu guna menemukan celah penelitian.

Kombinasi teori RBV dan DOI saling melengkapi dalam memahami pemberdayaan UMKM. RBV berfokus pada kekuatan internal sebagai sumber daya strategis, sementara DOI menganalisis proses adopsi teknologi (Rogers, 2003). Kedua teori ini membantu merancang strategi intervensi yang mempertimbangkan sumber daya dan perilaku adopsi inovasi UMKM di daerah terpencil.

Pendekatan ini memungkinkan perumusan pemahaman teoritis yang komprehensif tentang literasi digital dan penguatan manajemen bagi UMKM, khususnya di wilayah rural. Dengan mengintegrasikan perspektif global dan lokal, kajian ini diharapkan berkontribusi pada strategi pemberdayaan berbasis kesiapan digital dan sumber daya internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Literasi Digital UMKM di Daerah Terpencil

Berbagai studi sebelumnya telah mengkaji transformasi digital UMKM di Indonesia. Misalnya, penelitian oleh (Rahayu & Day, 2017) menunjukkan bahwa adopsi teknologi informasi oleh UMKM sangat dipengaruhi oleh literasi digital dan dukungan eksternal. Penelitian lain oleh (Damayanti *et al.*, 2023) menekankan pentingnya pelatihan digital dan akses internet dalam meningkatkan produktivitas dan perluasan pasar UMKM.

Namun demikian, sebagian besar studi tersebut masih berfokus pada konteks perkotaan atau wilayah semi-perkotaan, dan belum secara eksplisit menggabungkan aspek literasi digital dan kapasitas manajerial dalam konteks rural UMKM. Gap ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam mengintegrasikan penguatan digital dan manajemen untuk menjawab tantangan spesifik UMKM di wilayah terpencil (Firmansyah, 2025).

UMKM di daerah terpencil menghadapi berbagai kendala serius dalam hal literasi digital. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan akses infrastruktur internet yang stabil dan terjangkau. Menurut laporan APJII tahun 2021, penetrasi internet di wilayah perdesaan masih jauh tertinggal dibandingkan dengan wilayah perkotaan, dengan ketimpangan akses yang memperparah kesenjangan digital antarwilayah (APJII, 2024). Akibatnya, pelaku UMKM di daerah terpencil kesulitan mengakses platform digital, pelatihan daring, atau memanfaatkan teknologi berbasis cloud yang kini menjadi standar dalam pengelolaan usaha modern.

Selain itu, rendahnya tingkat pendidikan digital juga menjadi tantangan besar. Banyak pelaku UMKM di pedesaan tidak terbiasa menggunakan perangkat digital seperti smartphone untuk tujuan bisnis. Studi Kompasiana mencatat bahwa hanya sebagian kecil UMKM yang memanfaatkan fitur e-payment dan e-commerce secara optimal, karena keterbatasan pemahaman terhadap mekanisme teknologi tersebut. Pelatihan yang tersedia pun belum menjangkau daerah-daerah terpencil secara merata.

Keterbatasan ini berdampak langsung pada rendahnya pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Penelitian oleh Fadiah dan Amin

(2025) menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Kabupaten Bojonegoro belum menggunakan media digital secara konsisten untuk pemasaran, walaupun potensi pasar daring terbuka luas (Nadhila & Yusuf, 2025). Rendahnya literasi digital ini menjadikan UMKM sulit bersaing, bahkan di tingkat lokal sekalipun.

Masalah lain yang kerap muncul adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi. Banyak pelaku UMKM menganggap bahwa teknologi digital hanya relevan bagi usaha berskala besar. Padahal, digitalisasi justru dapat membantu pelaku usaha kecil dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar secara signifikan.

Permasalahan literasi digital juga berkaitan erat dengan dukungan kelembagaan yang minim. Pemerintah daerah dan lembaga pelatihan belum sepenuhnya memberikan program pendampingan literasi digital yang terstruktur dan berkelanjutan. Inisiatif yang ada cenderung sporadis dan tidak disesuaikan dengan kondisi lokal.

Secara umum, minimnya infrastruktur, rendahnya kemampuan digital, serta terbatasnya dukungan pelatihan membuat UMKM di daerah terpencil semakin tertinggal dalam proses transformasi digital. Diperlukan kebijakan yang lebih inklusif dan kolaboratif untuk menjembatani kesenjangan digital ini.

Strategi Penguatan Manajemen UMKM

Selain aspek digital, penguatan manajemen merupakan kunci penting dalam pemberdayaan UMKM. Banyak pelaku usaha kecil di daerah terpencil masih menggunakan sistem manajemen yang tradisional, tanpa pencatatan keuangan yang jelas, tanpa rencana usaha tertulis, dan minim strategi pemasaran. Padahal, manajemen strategis yang baik dapat menjadi pondasi keberlangsungan bisnis.

Manajemen sederhana namun kontekstual perlu dikembangkan agar sesuai dengan realitas UMKM pedesaan. Pendekatan ini meliputi penguatan perencanaan usaha berbasis potensi lokal, pengorganisasian sumber daya yang fleksibel, dan sistem pengawasan berbasis komunitas. Hal ini sesuai dengan konsep *community-based development* yang menekankan partisipasi lokal dalam tata kelola usaha.

Tata kelola keuangan menjadi aspek krusial. Dian Sudiantini menyebutkan bahwa banyak UMKM belum memisahkan keuangan pribadi dan usaha, sehingga menyulitkan evaluasi kinerja bisnis dan pengambilan keputusan (Dian Sudiantini *et al.*, 2023). Pengenalan alat bantu sederhana seperti aplikasi keuangan berbasis Android dapat menjadi solusi praktis.

Tantangan lain dalam manajemen adalah rendahnya kapasitas SDM, baik dari sisi keterampilan maupun motivasi kerja. Pelaku UMKM sering kali merangkap berbagai fungsi bisnis, mulai dari produksi, pemasaran, hingga pencatatan keuangan. Tanpa pelatihan dan pembinaan yang berkelanjutan, sulit bagi UMKM untuk mengembangkan kompetensi manajerial yang memadai.

Dari sisi pemasaran, UMKM di daerah terpencil umumnya masih mengandalkan pemasaran tradisional dari mulut ke mulut dan bazar lokal. Strategi pemasaran digital belum dimaksimalkan karena keterbatasan dalam merancang konten promosi yang menarik atau mengelola akun media sosial bisnis.

Oleh karena itu, strategi penguatan manajemen perlu dikombinasikan dengan pelatihan berbasis praktik langsung serta pendampingan jangka panjang. Sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan mikro dapat mempercepat proses profesionalisasi manajemen UMKM.

Integrasi Literasi digital dan Manajemen dalam Pemberdayaan UMKM

Untuk menjawab tantangan ganda antara literasi digital dan kelemahan manajerial, dibutuhkan model pemberdayaan yang mengintegrasikan keduanya secara sistemik. Teori *Resource-Based View (RBV)* menyatakan bahwa keunggulan kompetitif usaha bergantung pada kemampuan internal mengelola sumber daya seperti teknologi, pengetahuan, dan SDM (Barney & Hesterly, 2019). Artinya, UMKM perlu dibekali tidak hanya dengan akses teknologi, tetapi juga kapasitas untuk mengelolanya secara efektif.

Sementara itu, teori *Diffusion of Innovation* dari Rogers menjelaskan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kompleksitas teknologi, kompatibilitas dengan nilai-nilai lokal, serta keterlihatan manfaatnya (Rogers, 2003). Maka dari itu, proses digitalisasi

dan peningkatan kapasitas manajerial harus disesuaikan dengan konteks sosial budaya lokal agar mudah diterima.

Model integratif dapat diwujudkan melalui program pelatihan literasi digital yang langsung dikaitkan dengan pengelolaan usaha. Misalnya, pelatihan e-commerce yang sekaligus mengajarkan pencatatan keuangan digital, atau penggunaan media sosial yang dikaitkan dengan strategi branding produk. Hal ini akan mempercepat proses pembelajaran dan adopsi teknologi.

Rekomendasi konseptual untuk strategi ini mencakup penyusunan modul pelatihan terpadu yang berbasis potensi dan kebutuhan lokal, penyediaan mentor digital bagi UMKM terpicil, serta pengembangan aplikasi digital khusus UMKM yang memiliki fitur manajemen sederhana.

Lebih jauh, perlu adanya kebijakan afirmatif dari pemerintah daerah untuk memprioritaskan UMKM terpicil dalam program digitalisasi nasional. Termasuk di dalamnya penyediaan insentif untuk adopsi teknologi, subsidi pelatihan, serta akses permodalan berbasis teknologi.

Inisiatif berbasis komunitas juga dapat menjadi katalisator transformasi. Pengembangan koperasi digital atau klaster UMKM berbasis digital bisa menjadi solusi kolektif untuk mengatasi keterbatasan individu dalam mengakses dan mengelola teknologi.

Dengan menggabungkan pendekatan RBV dan DOI, maka pemberdayaan UMKM dapat diarahkan pada pembangunan kapasitas internal yang adaptif terhadap perubahan eksternal. Pendekatan ini diyakini lebih berkelanjutan dibandingkan sekadar bantuan teknis atau modal yang bersifat sesaat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi antara literasi digital dan penguatan manajerial merupakan strategi yang sangat relevan dan strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di daerah terpicil. Keterkaitan erat antara penguasaan teknologi dan kemampuan manajemen menjadi fondasi utama dalam menghadapi tantangan era digital serta memperkuat keberlanjutan usaha kecil.

Secara teoritis, temuan ini memperkuat relevansi teori Resource-Based View (RBV) dan *Diffusion of Innovation* (DOI) dalam konteks UMKM. RBV menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya internal yang unik, sedangkan DOI menjelaskan bagaimana inovasi digital dapat diadopsi secara efektif jika disesuaikan dengan nilai lokal dan kemanfaatan yang jelas. Kombinasi kedua teori ini memberikan kerangka kerja konseptual yang kuat untuk merancang model pemberdayaan UMKM yang adaptif dan berkelanjutan.

Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan perlunya kebijakan dan program terintegrasi berbasis pelatihan digital dan manajerial yang dikembangkan secara kontekstual dengan kebutuhan dan potensi lokal. Pemerintah, akademisi, dan sektor swasta perlu bersinergi dalam menciptakan ekosistem pemberdayaan yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga berorientasi pada pembentukan kapasitas kelembagaan UMKM.

Kendati demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena bersifat studi pustaka, sehingga belum dapat menguji secara empiris hubungan antar variabel yang dikaji. Oleh sebab itu, agenda penelitian lanjutan perlu diarahkan pada studi lapangan dengan pendekatan kuantitatif atau kualitatif untuk menguji efektivitas model pemberdayaan berbasis integrasi digital dan manajerial, khususnya di wilayah rural Indonesia. Dengan menjawab tantangan melalui pendekatan teoritis dan praktis secara bersamaan, diharapkan UMKM di daerah terpicil mampu berkembang menjadi entitas ekonomi yang tangguh, inklusif, dan berdaya saing tinggi dalam era transformasi digital nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage* (6th ed.). Pearson.
- Damayanti, E., Bempah, I., & Moonti, A. (2023). Pengaruh Kapasitas Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM yang Teregristrasi di Platform Kakrg.Id.

- Media Agribisnis*, 7(2), 187–195.
<https://doi.org/10.35326/agribisnis.v7i2.4343>
- Dian Sudiantini, Ananda Suryadinata, Andini Shinta Rahayu, Anisa Bunga Aprilia, & Anisa Dewi Lestari. (2023). Ruang Lingkup Manajemen Keuangan Scope Of Financial Management. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 60–65.
<https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.196>
- Firmansyah, A. (2025). Optimalisasi BUMDes di Indonesia melalui srategi digitalisasi, penguatan modal sosial, tata kelola keuangan, dan peran pemerintah desa. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 5(1), 34–45. <https://doi.org/10.54957/jolas.v5i1.1143>
- Kementerian Koperasi, & UKM RI. (2022). *Data UMKM Indonesia 2022*.
<https://kemenkopukm.go.id>
- Mashudi, M., Fauziah, L., Windriya, A., & Mege, S. R. (2023). Pelatihan Manajemen dan Administrasi Keuangan UMKM Menuju UMKM Unggul dan Berdayasaing. *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.
- APJII. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2021*.
<https://apjii.or.id/>
- Nadhila, F. I., & Yusuf, A. (2025). Optimalisasi Penggunaan Media Digital untuk Pengembangan Umkm di Forum Ikm Kabupaten Bojonegoro. *Journal of Education Research*, 6(1), 181–187.
<https://doi.org/10.37985/jer.v6i1.2255>
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy?, *Computers & Education*, 59(3), 1065–1078.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016>
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-Commerce Adoption By Smes In Developing Countries: Evidence From Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41.
<https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
<https://books.google.co.id/books?id=9U1K5LjUOWEC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Tambunan, T. (2019). Recent Evidence Of The Development Of Micro, Small And Medium Enterprises In Indonesia. *Journal Of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.
<https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266)
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 45.
<https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
- UNDP. (2020). *DIGITAL STRATEGY 2022-2025*.
<https://www.undp.org/publications/digital-strategy-2022-2025>
- UNESCO. (2018). *A Global framework of reference on digital literacy skills for indicators 4.4.2*.
<http://www.uis.unesco.org>
- UU No. 20 Tahun 2008. (n.d.). *UU Nomor 20 Tahun 2008*. Retrieved May 4, 2025.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Wibowo, L. A., Uno, I. C., Lisnawati, L., & Koeswandi, T. A. (2022). Model Peningkatan Kinerja UMKM melalui Co-Creation Innovation dan Program Business Coaching. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 21(2), 1–19.
- World Bank. (2021). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance*.
<https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Xieming, P., & Puspitowati, I. (2024). Dampak Inovasi Produk Dan Proaktif Terhadap Kinerja Umkm Dengan Moderasi Ketidakpastian Lingkungan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 446–453.