

Analisis Manajemen Strategis Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital

Shofia Nawang Hayyuni¹, Tina Dwi Sri Martiani², Abdul Wahid Al Farizi³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha

shofianhayyuni@gmail.com¹, tina34496@gmail.com², alfarizifariz38@gmail.com³

ABSTRACT

Advances in digital technology have led to significant changes in the way businesses operate and increased competition in various sectors, including Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This situation forces MSMEs to implement efficient strategic management to survive and increase their competitiveness in the digital era. This study aims to explore the role of strategic management in strengthening MSME competitiveness using the Systematic Literature Review (SLR) method. Data were obtained from 20 national scientific articles published between 2021 and 2025 and selected through Google Scholar based on predetermined inclusion criteria. The study findings indicate that the implementation of digital strategies, business innovation, digital marketing, and the regular use of information technology have a positive effect on increasing MSME competitiveness. However, low digital literacy and limited human resources remain major obstacles in the digital transformation process. This study concludes that strategic management is a crucial framework that not only supports technology adoption but also influences the extent to which technology can drive the sustainability and optimal growth of MSMEs.

Keywords : *Strategic Management, MSMEs, Competitiveness, Digitalization Transformation*

ABSTRAK

Kemajuan dalam teknologi digital telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara operasional bisnis dan meningkatkan kompetisi di berbagai bidang, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Situasi ini memaksa pelaku UMKM untuk mengimplementasikan manajemen strategi yang efisien agar bisa bertahan dan meningkatkan daya saing di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran manajemen strategi dalam memperkuat daya saing UMKM dengan metode Systematic Literature Review (SLR). Data diperoleh dari 20 artikel ilmiah nasional yang diterbitkan antara tahun 2021 hingga 2025 dan dipilih melalui Google Scholar berdasarkan kriteria inklusi yang telah ditentukan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi digital, inovasi dalam bisnis, pemasaran secara digital, dan penggunaan teknologi informasi secara teratur memberikan efek positif terhadap peningkatan daya saing UMKM. Namun, rendahnya pemahaman tentang digital dan keterbatasan dalam sumber daya manusia masih menjadi kendala utama dalam proses transformasi digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan kerangka penting yang tidak hanya mendukung adopsi teknologi, tetapi juga mempengaruhi sejauh mana teknologi dapat mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM dengan optimal.

Kata kunci : *Manajemen Strategi, UMKM, Daya Saing, Transformasi Digital.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara karena memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat. Selain berkontribusi dalam memperkuat ekonomi daerah, UMKM juga dikenal mampu bertahan di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil. Oleh karena itu, pengembangan UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di Indonesia (R. I. M. Putra & Kurnia, 2025)

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara bersaing dalam berbagai sektor bisnis. Keadaan ini mendorong pelaku UMKM untuk menyesuaikan strategi usaha mereka sejalan dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Penggunaan teknologi digital melalui media sosial, marketplace, dan e-commerce menyediakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efektivitas promosi dan memperkuat hubungan dengan pelanggan (Frans Sudirjo dkk., 2023; Salam & Imilda, 2024). Selain itu, penerapan pemasaran digital dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan memperkuat daya saing UMKM di era digital. Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi untuk promosi, tetapi juga merupakan aspek penting dalam pengembangan model bisnis dan inovasi usaha. Pendekatan bisnis berbasis digital membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat akses informasi, serta memperluas jaringan pemasaran secara lebih efektif. Penelitian oleh (Aprillia dkk., 2023) menunjukkan bahwa inovasi dalam model bisnis berbasis digital dapat mendukung pengembangan usaha yang lebih responsive terhadap perubahan pasar.

Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital juga menghadirkan tantangan bagi pelaku UMKM. Ketidacukupan literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya pemahaman tentang strategi bisnis modern, serta kurangnya modal usaha masih menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM. Oleh karena itu, penerapan manajemen strategi diperlukan agar para pelaku usaha dapat merencanakan dan melaksanakan pengembangan bisnis secara lebih terencana dan berkelanjutan. Manajemen strategi sangat penting dalam membantu UMKM mengidentifikasi peluang usaha, meningkatkan kualitas produk, memperkuat pelayanan kepada konsumen, serta menyesuaikan bisnis mereka dengan perubahan dalam pasar. Penelitian oleh (Dewi & Srisusilawati, 2025) menjelaskan bahwa penerapan strategi bisnis berbasis digital dapat meningkatkan daya saing perusahaan melalui pemanfaatan teknologi, inovasi, serta penguatan strategi pemasaran. Walaupun banyak penelitian telah membahas tentang transformasi digital, pemasaran digital, dan inovasi bisnis pada UMKM, mayoritas studi masih menitikberatkan pada aspek-aspek tertentu secara terpisah. Penelitian yang menggabungkan peran manajemen strategi sebagai elemen utama dalam peningkatan daya saing UMKM di zaman digital masih tergolong sedikit. Untuk itu, dibutuhkan penelitian yang mampu mengintegrasikan berbagai hasil studi agar dapat memahami secara lebih menyeluruh kontribusi manajemen strategi terhadap penguatan daya saing UMKM. Berdasarkan hasil telaah literatur, terdapat

kekurangan dalam penelitian mengenai pemahaman peran manajemen strategi sebagai faktor utama yang dapat mengintegrasikan transformasi digital, inovasi bisnis, dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. Banyak penelitian sebelumnya cenderung fokus pada pembahasan masing-masing faktor secara terpisah, sehingga belum memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang kontribusi manajemen strategi dalam mendukung kesuksesan UMKM di era digital. Oleh karena itu, diperlukan studi yang dapat menyintesis berbagai hasil penelitian agar dapat memperoleh pandangan yang lebih lengkap mengenai peran manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan keadaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital dengan pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi bisnis untuk UMKM, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dan pihak lain yang berkepentingan dalam mendukung transformasi digital UMKM di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk menelaah berbagai penelitian yang berhubungan dengan fungsi manajemen strategis dalam memperkuat daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di zaman digital. Metode SLR dipilih karena dapat memberikan kajian yang terstruktur, objektif, dan sistematis terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Data dikumpulkan dari artikel ilmiah nasional yang dipublikasikan dalam periode 2021 hingga 2025 dan diakses melalui Google Scholar. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian mencakup “manajemen strategi”, “UMKM”, “transformasi digital”, “pemasaran digital”, “daya saing UMKM”, dan “inovasi bisnis digital”.

Pada tahap awal, ditemukan 35 artikel. Setelah proses pemilihan dan penilaian kelayakan sumber, terpilih 20 artikel yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut. Artikel yang dipilih mencakup penelitian tentang digitalisasi UMKM, strategi pemasaran digital, inovasi bisnis, dan pengembangan daya saing perusahaan. Teknik analisis data menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan membandingkan dan menginterpretasikan hasil penelitian sebelumnya. Analisis ini dilakukan untuk memahami dampak penerapan strategi bisnis digital terhadap peningkatan daya saing UMKM.

Pendekatan penelitian

Studi ini mengaplikasikan metode SLR (Systematic Literature Review) untuk menemukan, menilai, dan menyatukan beragam penelitian yang berhubungan dengan fungsi manajemen strategi dalam memperkuat daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam era digital. Metode ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang menyeluruh berdasarkan hasil penelitian terdahulu secara sistematis.

KRITERIA INKLUSI dan EKSKLUSI

Tabel 1. Tabel Inklusi dan Eksklusi

Kriteria	Inklusi	Eksklusi
Tahun Terbit	2021 - 2025	Sebelum 2021
Bahasa	Bahasa Indonesia	Selain Bahasa Indonesia
Topik	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Manajemen Strategi, Digitalisasi	Tidak Relevan
Tipe Dokumen	Artikel Jurnal	Skripsi, Tesis, Blog

Pada fase awal, ditemukan sebanyak 35 artikel ilmiah. Setelah melalui proses seleksi dan evaluasi kelayakan sumber, terpilih 20 artikel ilmiah yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut. Artikel-artikel yang dipilih mencakup penelitian mengenai digitalisasi UMKM, strategi pemasaran digital, inovasi bisnis, serta pengembangan daya saing perusahaan. Teknik analisis data menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan membandingkan dan menginterpretasikan hasil penelitian yang ada sebelumnya. Analisis ini dilakukan guna memahami dampak penerapan strategi bisnis digital terhadap peningkatan daya saing UMKM.

Quality assesment

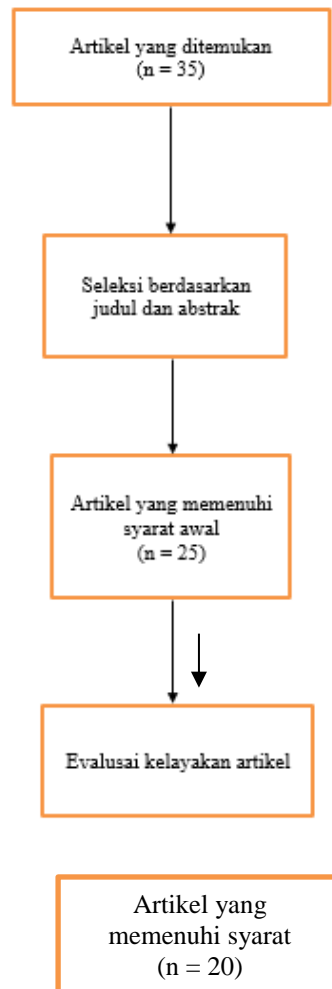
Setelah proses pemilihan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, dilakukan evaluasi kualitas artikel untuk memastikan bahwa setiap sumber yang digunakan memiliki relevansi dan kualitas yang memadai. Evaluasi dilakukan berdasarkan tiga kriteria utama, yaitu kesesuaian topik penelitian dengan fokus kajian (QA1), kejelasan metode penelitian yang diterapkan (QA2), dan relevansi hasil penelitian terhadap tujuan penelitian (QA3). Artikel yang memenuhi semua kriteria tersebut dinyatakan siap untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 2. Quality Assesment

Kode Artikel	QA1	QA2	QA3	Hasil
A1(T. W. A. Putra dkk., 2023)	1	1	1	Layak
A2 (Rahmadi & Indrawijaya, 2024)	1	1	1	Layak
A3 (Novi Algi Alviani & Munawaroh Munawaroh, 2025)	1	1	1	Layak
A4 (Angraini dkk., 2024)	1	1	1	Layak
A5 (Nadiya Nur Arafah dkk., 2022)	1	1	1	Layak
A6 (Astuti dkk., 2023)	1	1	1	Layak
A7 (R. I M. Putra & Kurnia, 2025)	1	1	1	Layak
A8 (Enny Diah Astuti & Rahmi Rosita, 2024)	1	1	1	Layak
A9 (Frans Sudirjo dkk., 2023)	1	1	1	Layak
A10 (Salam & Imilda, 2024)	1	1	1	Layak
A11 (Darmawan dkk., 2023)	1	1	1	Layak

A12 (Aprillia dkk., 2023)	1	1	1	Layak
A13 (Supardi dkk., 2023)	1	1	1	Layak
A14 (Edy Sulistiyawan dkk., 2024)	1	1	1	Layak
A15 (Fatmawati dkk., 2025)	1	1	1	Layak
A16 (Alvian dkk., 2023)	1	1	1	Layak
A17 (Dewi & Srisusilawati, 2025)	1	1	1	Layak
A18 (Ahmadi, 2024)	1	1	1	Layak
A19 (Edi Irawan, 2023)	1	1	1	Layak
A20 (Mohamad Afrizal Miradji dkk., 2024)	1	1	1	Layak

Diagram alur prisma



Gambar 1. Diagram Alur PRISMA

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kajian literatur terhadap sejumlah artikel ilmiah yang membahas manajemen strategi dan transformasi digital pada UMKM, ditemukan bahwa penerapan strategi bisnis berbasis digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha. Analisis dilakukan terhadap jurnal nasional yang mengkaji digitalisasi UMKM, pemasaran berbasis digital, inovasi bisnis, pengembangan sumber daya manusia, serta strategi adaptasi usaha di era digital. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi berperan signifikan dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Tinjauan terhadap artikel yang telah dianalisis menunjukkan bahwa penggunaan berbagai platform yang berbasis internet memberikan keuntungan tambahan bagi UMKM, terutama dalam meningkatkan keterlihatan usaha, memperluas jangkauan terhadap calon konsumen, serta mendukung manajemen hubungan dengan pelanggan secara lebih efisien. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan sekadar alat pemasaran, melainkan juga menjadi elemen kunci dalam rencana bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan. Hasil ini sejalan dengan studi oleh (T. W. A. Putra dkk., 2023), (Angraini dkk., 2024), serta (Novi Algi Alviani & Munawaroh Munawaroh, 2025) yang mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital membantu memperluas akses ke pasar, meningkatkan kinerja bisnis, serta memperkuat kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis.

Di samping itu, penggunaan teknologi digital juga mempermudah proses transaksi dan pengelolaan usaha, sehingga operasional bisnis menjadi lebih efisien. Penerapan manajemen strategi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kapasitas UMKM untuk menghadapi perubahan dalam lingkungan bisnis. Berdasarkan analisis literatur, strategi manajemen berperan sebagai acuan dalam menentukan jalur perkembangan bisnis. Perencanaan yang baik memungkinkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mengenali peluang di pasar, mengatur sumber daya dengan lebih efisien, dan menanggapi perubahan perilaku konsumen yang terus berubah dalam era digital. Dengan demikian, kesuksesan transformasi digital tidak hanya tergantung pada penerapan teknologi, tetapi juga pada kemampuan pengelolaan yang efektif untuk menghadapi perubahan secara berkelanjutan.

Pola yang terlihat dari berbagai sumber menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki strategi yang jelas tidak hanya lebih inovatif, tetapi juga lebih efisien dalam menghadapi perubahan pasar. Inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan yang dilakukan dengan perencanaan yang baik bukan secara reaktif menghasilkan keunggulan yang lebih berkelanjutan dibandingkan dengan adaptasi yang dilakukan secara impulsif. Hal ini menegaskan bahwa dalam era digital, manajemen strategi berperan sebagai panduan yang mencegah pelaku UMKM terjebak dalam mengikuti tren teknologi tanpa memiliki arah bisnis yang jelas.

Selain memberikan dampak yang menguntungkan, hasil penelitian juga mengindikasikan adanya berbagai tantangan dalam penerapan transformasi digital pada UMKM. Beberapa kendala utama yang teridentifikasi meliputi rendahnya

tingkat literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya kemampuan teknologi, terbatasnya modal usaha, serta minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital. Situasi ini mengakibatkan sebagian pelaku UMKM belum dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk pengembangan usaha mereka.

Sintesis dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa efektivitas strategi digital tidak bersifat mandiri, tetapi dipengaruhi oleh ekosistem pendukungnya. Penggunaan media sosial, marketplace, dan penguatan merek terbukti paling efektif apabila dilakukan secara terintegrasi dalam kerangka strategi bisnis yang harmonis, bukan sebagai langkah-langkah yang terpisah. Selain itu, beberapa penelitian mengindikasikan bahwa kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis berfungsi sebagai akselerator yang mempercepat pengembangan kapabilitas digital. Temuan ini menunjukkan bahwa daya saing UMKM di era digital bukan hanya hasil dari keputusan internal pelaku usaha, tetapi juga merupakan produk dari ekosistem kelembagaan yang berkontribusi pada kemampuan adaptasi mereka.

Tabel 3. Tabel Sintesis Literatur

No	Penulis dan Tahun	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(T. W. A. Putra dkk., 2023)	Transformasi digital pada UMKM	Kualitatif	Digitalisasi dapat meningkatkan kemampuan bersaing dan efisiensi pemasaran bagi UMKM.
2	(Rahmadi & Indra wijaya, 2024)	Pengaruh Inovasi terhadap daya saing usaha mikro	Kuantitatif	Kemampuan karyawan dalam menjembatani hubungan antara inovasi dan daya saing usaha kecil.
3	(Novi Algi Alviani & Munawaroh Munawaroh, 2025)	Tranformasi digital pada UMKM	Studi literatur	Transformasi digital memperbaiki efisiensi operasional, akses pasar, dan kemampuan bersaing usaha UMKM.
4	(Angraini dkk., 2024)	Transformasi digital dan daya saing UMKM	Systematic literature review	Digitalisasi membantu peningkatan pemasaran digital, efisiensi operasional, dan kelangsungan bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah.
5	(Nadiya Nur Arafah dkk., 2022)	Pengembangan bisnis UMKM berbasis digital	Kualitatif	Penggunaan teknologi digital mendukung UMKM dalam

				meningkatkan efisiensi operasional dan promosi usaha.
6	(Astuti dkk., 2023)	Strategi pemasaran dan distribusi UMKM	Kualitatif dan pendekatan deskriptif	Strategi usaha dan inovasi produk mendukung UMKM untuk menjaga kelangsungan bisnis di era digital.
7	(R. I. M. Putra & Kurnia, 2025)	Strategi bisnis lokal di era digital	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur	Media sosial dan pemasaran digital berperan penting dalam memperluas akses pasar UMKM serta meningkatkan kesetiaan pelanggan.
8	(Enny Diah Astuti & Rahmi Rosita, 2024)	Transformasi digital UMKM	Kualitatif dengan pendekatan literature review	Transformasi digital membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing di era ekonomi digital.
9	(Frans Sudirjo dkk., 2023)	Kapabilitas pemasaran dan digital marketing UMKM	Kuantitatif SEM	Pemasaran digital dan kapabilitas pemasaran memiliki dampak yang positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Jawa Barat.
10	(Salam & Imilda, 2024)	Transformasi digital UMKM di Indonesia di era industri 5.0	Studi kasus	Transformasi digital mendukung UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing dengan memanfaatkan teknologi digital.
11	(Darmawan dkk., 2023)	Orientasi pasar dan orientasi teknologi pada UMKM	Kuantitatif regresi	Orientasi pasar dan teknologi memberikan dampak yang baik terhadap kinerja UMKM

As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal

Volume 5 Nomor 2 (2026) 418 – 431 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v5i2.583

12	(Aprillia 2023)	dkk.,	Inovasi model bisnis dan kewirausahaan digital	Gabungan studi kasus dan deskriptif	Pendekatan Lean Startup membantu pengembangan inovasi bisnis digital yang berkesinambungan.
13	(Supardi 2023)	dkk.,	Pendampingan strategi UMKM di era Digital	Pengabdian masyarakat	Pendampingan melalui pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi, dan manajemen pemasaran dapat membantu UMKM memperbaiki kualitas pengelolaan usaha serta mendukung peningkatan daya saing di era digital.
14	(Edy Sulistiyawan dkk., 2024)		Optimalisasi manajemen strategi UMKM	Kualitatif dan kuantitatif	Strategi pengelolaan yang berfokus pada inovasi dan teknologi digital dapat memperkuat daya saing UMKM
15	(Fatmawati 2025)	dkk.,	Literasi e-commerce UMKM	Pendekatan ABCD	Literasi digital dan pemanfaatan e-commerce membantu meningkatkan daya saing usaha lokal.
16	(Alvian dkk., 2023)		Strategi bersaing melalui inovasi produk dan digital marketing pada UMKM	Kualitatif	Pemanfaatan pemasaran digital dan inovasi produk mendukung UMKM dalam meningkatkan kemampuan bersaing dan memperluas jangkauan pasar di era modernisasi
17	(Dewi Srisusilawati, 2025)	&	Manajemen strategik dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital	Studi literatur kualitatif	Strategi digital e-commerce, big data, dan inovasi teknologi baru dapat meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi perubahan digital.

18	(Ahmadi, 2024)	Evaluasi SWOT pada UMKM	Literatur review	Analisis SWOT membantu UMKM untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam merumuskan strategi bisnis digital.
19	(Edi Irawan, 2023)	Literasi digital, literasi ekonomi dan inovasi bisnis terhadap strategi pemasaran UMKM	Literature review	Literasi digital membantu UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam pemasaran, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat kelangsungan bisnis di era digital.
20	(Edi Irawan, 2023)	Manajemen strategi dan pengembangan UMKM	Kualitatif deskriptif	Penerapan manajemen strategi yang berfokus pada digitalisasi membantu UMKM dalam meningkatkan keefektifan pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha di era digital ini

Berdasarkan analisis literatur yang telah dilakukan, penerapan strategi berbasis digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penggunaan media digital memungkinkan para pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memudahkan interaksi dengan konsumen. Selain itu, penerapan teknologi juga meningkatkan efisiensi operasional bisnis, khususnya dalam aspek promosi dan transaksi. Kajian yang dilakukan menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi usaha dengan baik memiliki kemampuan yang lebih baik dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar. Inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan pemanfaatan teknologi menjadi elemen penting yang mendukung peningkatan daya saing usaha.

Namun demikian, proses transformasi digital masih menghadapi berbagai tantangan. Masalah yang sering muncul meliputi rendahnya keterampilan digital, keterbatasan modal, dan kurangnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi dalam bisnis. Temuan ini mengungkapkan bahwa keberhasilan transformasi digital dipengaruhi bukan hanya oleh adanya teknologi, tetapi juga oleh sejauh mana sumber daya manusia siap untuk menggunakan teknologi tersebut. Keterbatasan

kemampuan digital dapat menghalangi pelaksanaan strategi bisnis yang berbasis teknologi sehingga manfaat yang didapatkan belum maksimal. Oleh sebab itu, peningkatan literasi digital dan pelatihan yang berkesinambungan menjadi aspek krusial dalam mendukung daya saing UMKM di zaman digital.

Hasil sintesis penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial, platform e-commerce, dan pemasaran digital adalah strategi yang paling umum digunakan oleh pelaku UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk. Dari sudut pandang manajemen strategi, pemanfaatan media sosial, platform jual beli, dan perdagangan elektronik adalah cara penerapan taktik bisnis yang dirancang untuk memperkuat daya saing bisnis. Memilih taktik yang benar memberi kesempatan bagi UMKM untuk memanfaatkan kesempatan pasar dengan lebih efisien, meningkatkan kualitas produk, serta menjaga kelangsungan usaha di tengah perubahan dalam dunia bisnis digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kajian sistematis terhadap dua puluh literatur dalam rentang waktu 2021–2025 menghasilkan satu kesimpulan yang jelas: keunggulan kompetitif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital yang semakin cepat tidak ditentukan oleh kecepatan dalam mengadopsi teknologi, tetapi oleh seberapa baik dipersiapkan dan adaptif strategi yang mendukung adopsi tersebut. Manajemen strategi berperan sebagai kerangka berpikir yang mengubah teknologi dari sekadar alat operasional menjadi sumber keunggulan yang berkelanjutan.

Tiga temuan utama muncul dari sintesis literatur ini. Pertama, integrasi platform digital mulai dari media social hingga e-commerce terbukti secara konsisten memperluas jangkauan pasar dan sekaligus mengurangi biaya promosi; namun, manfaat ini hanya dapat dimaksimalkan jika didukung oleh perencanaan strategis yang baik. Kedua, inovasi produk dan peningkatan layanan bukan hanya sekadar reaksi terhadap tekanan pasar, melainkan merupakan hasil dari orientasi strategis yang fokus pada konsumen dan berbasis data. Ketiga, kesiapan sumber daya manusia bukan hanya ketersediaan teknologi merupakan faktor terpenting yang sering menghambat efektivitas transformasi digital UMKM.

Dari ketiga temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital UMKM yang berkelanjutan memerlukan sinergi antara kemampuan teknologi, literasi digital para pelaku usaha, dan kerangka manajemen strategi yang responsif terhadap perubahan pasar. Tanpa ketiga komponen tersebut berjalan secara simultan, digitalisasi hanya akan menjadi investasi yang tidak memberikan daya saing yang jelas. Oleh karena itu, manajemen strategi dapat dianggap sebagai elemen penting yang menghubungkan penggunaan teknologi digital dengan pembentukan keunggulan kompetitif UMKM secara berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan ringkasan di atas, terdapat tiga rekomendasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berbeda.

Untuk para pelaku UMKM, sangat penting untuk tidak menganggap transformasi digital sebagai suatu proyek yang dilakukan sekali saja, melainkan sebagai sebuah proses adaptasi yang berlangsung bertahap. Prioritas pertama adalah memperkuat kemampuan literasi digital melalui program pelatihan yang terstruktur, sebelum melakukan investasi pada platform yang lebih rumit.

Bagi pemerintah dan lembaga pendamping, dukungan yang efektif tidak cukup hanya memberikan akses kepada teknologi. Diperlukan program pendampingan yang menyatukan pelatihan dalam manajemen strategi, pemahaman analitik pasar, serta kemampuan menyusun rencana bisnis digital secara bersamaan, bukan secara terpisah.

Untuk para peneliti selanjutnya, penelitian ini membuka peluang bagi studi empiris yang mengevaluasi hubungan langsung antara penerapan manajemen strategi digital dan kinerja keuangan UMKM berdasarkan sektor. Pendekatan kuantitatif longitudinal atau studi komparatif antar wilayah akan memberikan bukti yang lebih kuat dan dapat diterapkan secara umum dibandingkan hanya melalui tinjauan literatur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. A. (2024). MANAJEMEN STRATEGI DALAM EVALUASI SWOT UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM): LITERATURE REVIEW. *Mount Hope Management International Journal*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.61696/momil.v2i1.239>
- Alvian, H. A., Muharrom, M. F., Winarno, A., & Hermawan, A. (2023). MENCIPTAKAN STRATEGI BERSAING DENGAN INOVASI PRODUK DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DI ERA MODERNISASI (STUDI PADA UMKM BUNGKUS IND). *Jurnal Pemantik*, 2(2), 69–78. <https://doi.org/10.56587/pemantik.v2i2.55>
- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.24014/ekl.v7i2.33958>
- Aprillia, N. M., Ramadhan, T., & Ramdhan, H. (2023). Pendekatan Lean Startup untuk Inovasi dalam Model Bisnis Ramah Lingkungan dan Kewirausahaan Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 88–93. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.1027>
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). PERAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DAN DISTRIBUSI UMKM KOTA MAKASSAR. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), 175–180. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i1.3788>
- Darmawan, D., Sari, P. N. L., Jamil, S. A., & Mardikaningsih, R. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64–70. <https://doi.org/10.62866/jomer.v1i2.70>

- Dewi, P. C., & Srisusilawati, P. (2025). Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 1021–1025. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i1.2024>
- Edi Irawan. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *EBISMAN eBisnis Manajemen*, 1(4), 30–41. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i4.226>
- Edy Sulistiyawan, Siti Istikhoroh, Untung Lasiyono, Wira Yudha Alam, Mohammad Afrizal Miradji, & Aji Prasetyo. (2024). Optimalisasi Manajemen Strategi Untuk Menjadikan UMKM Yang Unggul Dalam Persaingan Bisnis. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 116–126. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.5.1.9414>
- Enny Diah Astuti & Rahmi Rosita. (2024). Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 119–134. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i4.1499>
- Fatmawati, N., Zunaidi, A., Septiana, A. Y., Maghfiroh, F. L., Pinkytama, N. R., & Prihartini, L. Y. (2025). Meningkatkan daya saing usaha lokal melalui literasi dan pemanfaatan e-commerce. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 8(2), 375–390. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.22691>
- Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Mohamad Afrizal Miradji, Walbertus Agung Setio Vercelly, Rizky Muhammad Faiz, Marita Kholifatul Aisyah, & Amelia Yuhherda. (2024). INOVASI DALAM MANAJEMEN STRATEGI: “MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI ERA DIGITAL.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 28–38. <https://doi.org/10.36456/jms.v2i1.8913>
- Nadiya Nur Arafah, Shevia, Mutiara Kamila, Chyntia Huang, & Renza Fahlevi. (2022). STRATEGI DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS UMKM YASMIN’S BROWNIES. *MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 259–271. <https://doi.org/10.54259/manabis.v1i4.1379>
- Novi Algi Alviani & Munawaroh Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 134–140. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>
- Putra, R. I. M., & Kurnia, A. C. (2025). Peran Pendampingan UMKM terhadap Penguatan Strategi Bisnis Lokal di Era Digital. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(4), 789–794. <https://doi.org/10.62335/aksioma.v2i4.1160>

As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal

Volume 5 Nomor 2 (2026) 418 – 431 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v5i2.583

- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1). <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Rahmadi, A. R., & Indrawijaya, S. (2024). PENGARUH INOVASI TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO DENGAN KOMPETENSI PEGAWAI USAHA MIKRO SEBAGAI MEDIASI. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 166–178. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.28365>
- Salam, A. & Imilda. (2024). Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Industri 5.0: Studi Kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan Strategi UMKM di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan, Penghitungan Harga Pokok Produksi dan Manajemen Pemasaran untuk Dapat Naik Kelas: MSME Strategy Assistance in the Digital Era Through Financial Recording, Calculation of Cost of Production and Marketing Management to Get Upgrading. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(6), 968–979. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5510>