Upaya Mempersiapkan UMKM Menuju Transformasi Ekonomi Digital

Dabitha Wise Maliha

Program Studi Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Adabiah, Kota Padang, Indonesia

Email: dabithawisemaliha@gmail.com

Abstrak-Dalam upaya mewujudkan ekosistem ekonomi digital, Pemerintah optimis mewujudkan 30 juta UMKM untuk bisa *go digital* di tahun 2024. Namun, masih banyak diantara pelaku UMKM mengalami kesulitan mengadopsi teknologi digital. Untuk itu, Pemerintah berupaya menyusun strategi kebijakan komprehensif dengan meluncurkan Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030. Di tahun 2024-2025 ini, Indonesia masih berada pada fase “mempersiapkan” yang ditandai dari aspek adopsi teknologi digital yang masih terbatas dalam berbagai ekosistem bisnis dan UMKM masih berperan sebagai konsumen teknologi daripada sebagai produsen teknologi. Untuk diharapkan Indonesia beraspirasi bergerak menuju fase “transformasi.” Penulis menggunakan metode kajian literatur untuk menelusuri langkah strategis yang telah dilaksanakan Pemerintah untuk mempersiapkan UMKM menuju transformasi digital. Artikel ini menggunakan metodologi kajian pustaka dengan teknik pengumpulan data bersumber dari Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030 dan pencarian berbagai artikel dari Google terkait Transformasi Digital UMKM. Terdapat tiga langkah yang telah dilaksanakan Pemerintah yaitu: (1) mengembangkan platform *one stop shopping* UMKM *go digital*; (2) mengembangkan layanan edukasi pemasaran digital untuk UMKM di Indonesia; (3) mendorong peningkatan literasi keuangan digital bagi UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital

Abstract-In an effort to create a digital economic ecosystem, the Government optimist to actualize 30 million MSMEs able to adopting digital in 2024. However, many MSMEs still facing difficulty adopting digital technology. For this reason, the Government is trying to formulate a comprehensive policy strategy by launching the White Paper on the National Strategy for the Development of Indonesia's Digital Economy 2030. In 2024-2025, Indonesia is still in the "preparing" phase, which is characterized by the still limited adoption of digital technology in various business ecosystems and MSMEs still act as technology consumers rather than technology producers. It is hoped that Indonesia will aspire to move towards the "transformation" phase. The author uses a literature review method to explore the strategic steps that the Government implemented to prepare MSMEs for digital transformation. This article uses a literature review methodology with data collection techniques sourced from the White Paper on the National Strategy for Development of the Indonesian Digital Economy 2030 and searches for various articles from Google related to the Digital Transformation of MSMEs. There are three steps that have been implemented by the Government, namely: (1) developing a one-stop shopping platform for MSMEs to go digital; (2) developing digital marketing education services for MSMEs in Indonesia; (3) encouraging increased digital financial literacy for MSMEs.

Keywords: SME's; Digital Transformation

1. PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi yang pesat, kehidupan manusia semakin dipermudah dengan berbagai akses digitalisasi dan teknologi modern sehingga mendorong terwujudnya Era *Society 5.0* (Maliha, 2023). Pesatnya perkembangan teknologi menuju Era *Society 5.0* menjadikan UMKM sebagai salah satu prioritas utama pemerintah dalam menyusun strategi ekonomi digital. Oleh karena pemulihan ekonomi nasional di masa pasca pandemi Covid-19 harus dimulai dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Adapun pemerintah berupaya memperkuat kapasitas UMKM dengan program UMKM *go digital*. Hal ini disebabkan karena sebanyak 97 persen wilayah Indonesia bisa diakses internet dan logistik sehingga UMKM sangat potensial untuk bisa masuk ke pasar digital (Djkn.kemenkeu.go.id, 2020). Di masa pasca pandemi sepanjang tahun 2022-2023, Pemerintah UMKM mampu bangkit dan kembali pulih dengan menjalankan 3 fase pemulihan transformatif. Transformasi pertama, program KemenkopUKM menasar pelaku anak muda, perempuan dan dukungan pada usaha ramah lingkungan. Transformasi kedua, mendorong pembiayaan bergeser dari sektor perdagangan ke sektor riil. Transformasi ketiga, menargetkan minimal 20 juta UMKM masuk ke dalam ekosistem digital (Maliha, 2022). Pada tahun 2024, Pemerintah optimis mewujudkan 30 juta UMKM untuk bisa *go digital*. Sebagaimana pada Maret 2023, sebanyak 22 juta UMKM sudah *Go Digital*. Jumlahnya terus bertambah hingga Desember 2023, terdapat 27 juta UMKM yang sedang menuju digital (Suara.com, 2023). Namun, untuk menuju *go digital* masih banyak diantara pelaku UMKM mengalami banyak kendala diantaranya kesulitan mengadopsi teknologi digital (mpr.go.id, 2023). Sehingga Pemerintah berupaya mengatasi kendala tersebut dengan menyusun strategi kebijakan komprehensif untuk membantu UMKM memiliki kesiapan digital. Kesiapan digital pada UMKM adalah kecenderungan untuk mau beralih dan mengadopsi teknologi digital dan menggunakan teknologi tersebut untuk menciptakan peluang kreatif yang dapat membantu bisnis UMKM mampu mencapai tujuan lebih besar, dengan terbagi pada 3 kategori yaitu: *early stage adopter* (pengguna awal), *complementary* (komplimen), dan *digital driven enterprise* (perusahaan berbasis data digital) (Maliha, 2023).

Di tahun 2024-2025, Indonesia masih berada pada fase “mempersiapkan” untuk menghadapi transformasi digital yang ditandai dalam beberapa aspek diantaranya: adopsi teknologi digital yang masih terbatas dalam berbagai ekosistem bisnis dan UMKM umumnya masih berperan sebagai konsumen teknologi daripada sebagai produsen teknologi. Untuk itu pada tahun 2030, diharapkan Indonesia beraspirasi bergerak menuju fase “bertransformasi” dengan harapan: ekosistem bisnis yang lebih produktif dengan pemanfaatan teknologi digital dan pelaku bisnis sudah menjadi “prosumer” yaitu produsen dan konsumen teknologi terlibat dalam kegiatan *Research & Development* (R&D) (Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030, 2023). Berdasarkan uraian fase tersebut, penulis mengkaji literatur tentang apa saja langkah

strategis Pemerintah untuk mempersiapkan UMKM menuju transformasi digital. Adapun artikel ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam pemberdayaan UMKM menuju transformasi digital.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Ekonomi Digital

Upaya dalam peningkatan UMKM menuju *Go Digital* merupakan bagian dari perwujudan ekosistem ekonomi digital. Ekonomi digital didefinisikan sebagai segala aktivitas ekonomi yang melibatkan penggunaan elemen-elemen digital, baik dari perspektif produsen, konsumen, maupun Pemerintah yang aktivitasnya tidak hanya terbatas pada aktivitas ekonomi yang berasal dari sektor digital, melainkan juga didukung oleh keberadaan serta eksistensinya dari sektor digital (Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030, 2023).

Dalam menetapkan strategi kebijakan ekonomi digital, Pemerintah meluncurkan Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030. Adapun buku tersebut dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan pengembangan ekonomi digital dan menjadi rujukan dalam menentukan posisi Indonesia dalam dunia Internasional (ekon, 2023). Buku tersebut merangkum 6 pilar utama dalam pengembangan ekonomi digital, yaitu:

- 1) Infrastruktur
- 2) Sumber Daya Manusia
- 3) Iklim Usaha dan Keamanan Siber
- 4) Riset, Inovasi dan Pengembangan Usaha
- 5) Pendanaan dan Investasi
- 6) Kebijakan dan Regulasi

Adapun perhatian terhadap UMKM termasuk kepada pilar ketiga yaitu iklim usaha dan keamanan siber. Mengingat iklim bisnis pada digitalisasi UMKM di Indonesia masih berada dalam tahap awal perkembangannya. Oleh karena tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM baru mencapai sekitar 32%. Rendahnya tingkat adopsi teknologi digital berdampak pada kontribusi UMKM terhadap PDB di Indonesia yang terbatas atau hanya sekitar 60%. Sehingga untuk meningkatkan kontribusi ekonomi UMKM, diperlukan upaya mendorong penggunaan teknologi digital, pemberian pelatihan, akses yang lebih baik ke sumber daya digital, serta meningkatkan kesadaran tentang manfaat teknologi dalam meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan usaha (Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030, 2023). Sebagaimana Visi Indonesia Emas menuju Negara Maju di tahun 2045, pengembangan ekonomi digital hingga tahun 2045 disiapkan melalui 3 fase yaitu fase mempersiapkan, fase bertransformasi dan fase memimpin. Pada fase mempersiapkan, Pemerintah berupaya untuk memperbaiki fondasi digital dasar dan memastikan masyarakat untuk siap menghadapi transformasi digital. Pada fase bertransformasi, diharapkan telah terjadi transformasi sepenuhnya pada digitalisasi bisnis dan warga negara. Terakhir, pada fase memimpin diharapkan masyarakat digital mampu berperan dalam inovasi teknologi masa depan (Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada artikel ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metodologi kajian pustaka. Metodologi ini menggunakan teknik pengumpulan informasi dari berbagai literatur seperti buku, jurnal dan data referensi relevan lainnya (Maliha et al, 2023). Adapun pengumpulan data bersumber dari Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030 dan pencarian berbagai artikel dari Google terkait Transformasi Digital UMKM. Adapun langkah kegiatan yang telah dilaksanakan oleh penulis yakni; Pertama, penulis mengamati fenomena yang berkaitan dengan persiapan UMKM untuk transformasi digital. Kedua, penulis menentukan fokus penelitian dari informasi yang didapatkan dari berbagai literatur yang terkait. Ketiga, penulis menganalisis data yang diperoleh dan menelaahnya sehingga menjadi ide baru yang terkait dengan topik artikel. Terakhir, penulis menganalisis catatan dari berbagai literatur sehingga dapat menarik kesimpulan yang disusun dalam bentuk laporan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Mengembangkan Platform One Stop Shopping UMKM Go Digital

One stop shopping artinya belanja sekali berhenti, yang mana konsumen dapat membeli berbagai macam produk di dalam satu tempat tanpa perlu pergi ke tempat lain (lifestyle.okezone, 2023). Pada pembelanjaan offline, konsep one stop shopping dapat dijumpai pada toko serba ada dan swalayan. Sedangkan pada pembelanjaan online, konsep ini dapat ditemukan pada marketplace yang menjual berbagai macam produk dan memiliki aplikasi tersendiri. Sehingga, konsumen tidak perlu browsing atau men-download aplikasi lain karena semua produk yang dibutuhkan telah tersedia pada satu aplikasi.

Saat ini di Indonesia sudah banyak terdapat platform marketplace dengan merek ternama seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, TikTok Shop dan BliBli. Keenam merek platform tersebut sudah menggunakan sistem one stop shopping karena para pengguna aplikasi sudah dapat membeli berbagai macam produk dalam satu aplikasi. Namun, belum semua pengusaha UMKM mampu menggunakan aplikasi tersebut terutama di daerah pedesaan. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan infrastruktur digital yang belum merata dan rendahnya literasi digital pada masyarakat desa. Untuk itu, saat ini

pemerintah berupaya mengaktifkan akses internet pada daerah pedesaan dengan sinyal 4G yang kuat. Selain itu, pemerintah juga memiliki program kolaborasi dengan pihak swasta untuk memberikan pelatihan dan edukasi bisnis digital pada pengusaha UMKM dan mampu meningkatkan kapabilitas usahanya di marketplace.

Selain penggunaan platform marketplace, pengusaha UMKM juga perlu menggunakan aplikasi yang dapat memudahkan proses transaksi bisnis seperti Point of Sale (PoS). Sistem PoS merupakan aplikasi kasir online dengan sistem aplikasi yang dapat menangani pengolahan data transaksi pembelian, retur pembelian, penjualan dan transaksi pelaporan lainnya. Terdapat 6 manfaat penggunaan PoS, diantaranya yaitu: (1) pengendalian stok barang, (2) pencacatan transaksi yang cepat dan akurat, (3) meminimalisir kesalahan transaksi, (4) mempercepat pembuatan laporan penjualan, (5) data penjualan tersimpan dan aman, dan (6) meningkatkan efisiensi pekerjaan (kompas, 2022). Dengan penggunaan aplikasi ini, pengusaha UMKM dapat meminimalisir terjadinya human eror dibandingkan menggunakan kasir manual dan karyawan tidak perlu mencatat laporan secara manual yang membutuhkan waktu lama karena aplikasi ini dapat mencatat semua transaksi secara cepat dan akurat. Sehingga, pemerintah berkolaborasi dengan pelaku swasta agar pihak UMKM dapat mengoptimalkan aplikasi PoS ini. Untuk mempersiapkan UMKM menuju transformasi ekonomi digital, di tahun 2025 pemerintah menargetkan 200 ribu UMKM telah mendapatkan manfaat dari program pengembangan platform one stop shop ini. Diantaranya termasuk upaya mengoptimalkan alat digital berupa aplikasi atau software yang mempermudah operasional dan transaksi bisnis UMKM. Selanjutnya di tahun 2027, pemerintah menargetkan 400 ribu UMKM sudah mendapatkan manfaat dari program ini. Sehingga pada fase transformasi digital, diharapkan telah lebih dari 400 ribu UMKM telah menggunakan platform digital berskala nasional.

4.2 Mengembangkan Layanan Edukasi Pemasaran Digital untuk UMKM Indonesia

Saat ini, Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) terus mengembangkan pemberian layanan konsultasi berupa media *e-Learning* dengan platform bernama EDUKUKM. Platform ini bertujuan untuk memberikan edukasi berupa peningkatan kemampuan baik dari segi *digital skill* maupun *skill* lainnya agar para pelaku UMKM mampu meningkatkan kompetensinya. Adapun kelasnya terbagi pada 3 bagian yaitu: (1) kelas mandiri, (2) kelas daring/online, dan (3) kelas luring/offline. Setiap kelas memiliki materi yang variatif dan terkini dengan instruktur dan narasumber yang berkualitas. Selain itu, kelas online dapat diakses secara gratis dan bisa diakses selamanya. Jadi, dengan adanya platform EDUKUKM, pelaku UMKM akan lebih terbantu dalam meningkatkan kompetensinya terutama dari segi digitalisasi (edu.kemenkopukm.go.id).

Selain EDUKUKM, Kemenkop UKM juga mendirikan Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi dan UKM (LLP-KUKM) dengan mereknya bernama Smesco. Smesco bertujuan memberikan layanan promosi dan pemasaran UMKM dengan tugas pokoknya sebagai pelaksana layanan: informasi pasar, sarana pemasaran, promosi produk, jaringan pemasaran serta distribusi produk. Dengan adanya Smesco, pelaku UMKM dapat melakukan konsultasi terkait pemasaran digital untuk meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, serta inkubasi pemasaran. Smesco memiliki gedung tersendiri yang mana gedung tersebut berfungsi sebagai sarana pemasaran produk unggulan provinsi, *co-working space*, *creative space*, dan *office space* serta area pameran (smesco.go.id).

Adapun untuk mendorong UMKM berani memperluas jaringan pasar *go internasional*, Kemenkop UKM telah menyediakan portal nasional SMEsta.id. Portal SMEsta berbasis website dengan menghadirkan katalog digital berbagai produk UMKM yang siap diekspor. Selain itu, portal ini juga berisi program pelatihan UMKM, pembiayaan, perluasan pasar, perizinan dan standardisasi, serta persyaratan dan kriteria ekspor dan impor. SMEsta memiliki profil penyedia layanan UMKM, ekosistem UMKM, serta program internasionalisasi UMKM. Dengan adanya portal ini, pelaku UMKM mampu untuk memasarkan produknya ke luar negeri dan dapat mengurangi berbagai kendala mengeksport produk (smesta.kemenkopukm.go.id).

4.3 Mendorong Peningkatan Literasi Keuangan Digital Bagi UMKM

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Adapun kegiatan edukasi literasi keuangan mencakup: (1) karakteristik sektor jasa keuangan; (2) karakteristik produk/layanan yang terdiri atas deskripsi, manfaat, risiko, biaya, hak dan kewajiban, cara mengakses, dan penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa; (3) pengelolaan keuangan; dan (4) perpajakan terkait produk dan layanan (ojk.go.id).

Untuk mendukung peningkatan literasi keuangan, Kemenkop UKM menyediakan platform digital bernama Skopi. Platform Skopi menyediakan informasi, solusi, konsultasi terkait pembiayaan dan investasi UMKM dan menghubungkan pelaku UMKM dengan para penyedia layanan lembaga jasa keuangan dan penyedia jasa penilaian kredit. Skopi didukung dan diawasi oleh OJK dengan tujuan untuk mendorong literasi keuangan serta memperluas akses pembiayaan dan investasi UMKM guna mendukung inklusi keuangan mencapai 90% pada tahun 2024 (skopi.kemenkopukm.go.id).

Selain Skopi, Kemenkop UKM juga menyediakan aplikasi pembukuan akuntansi sederhana khusus untuk UMKM. Aplikasi ini berguna agar pelaku UMKM dapat memonitoring aktifitas keuangan dan membuat laporan keuangan dengan lebih cepat dan efisien. Adapun fitur yang tersedia pada aplikasi Lamikro terdiri dari: entri jurnal, daftar jurnal, laba & rugi, dan neraca. Dengan adanya aplikasi ini, pelaku UMKM tidak perlu membuat laporan akuntansi secara manual karena aplikasi ini dapat digunakan secara praktis dengan fitur yang telah tersedia (Indonesia.go.id, 2019).

Selain upaya dari Kemenkop UKM, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengusulkan beberapa strategi dalam mendorong inklusi dan literasi keuangan yaitu: (1) penyediaan basis data UMKM yang jelas dan mampu mengidentifikasi kapasitas, tingkat inklusivitas, tata kelola, dan kelembagaan UMKM; (2) penyediaan fasilitas digital *beyond credit* (selain

kredit) bagi UMKM, seperti pembayaran elektronik, akses pasar, dan peningkatan kapasitas UMKM. Saat ini, Pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta terus berupaya menyediakan produk dan layanan keuangan digital yang inovatif baik kredit maupun *beyond credit*. Selain itu, Pemerintah terus memperkuat kerangka kerja perlindungan konsumen sektor keuangan diantaranya akselerasi inklusi dan keuangan di daerah dan penguatan pengawasan perilaku pelaku usaha jasa keuangan (fiskal.kemenkeu, 2023).

5. KESIMPULAN

Upaya Pemerintah untuk mempersiapkan UMKM menuju transformasi digital membutuhkan beberapa langkah strategis diantaranya: (1) meningkatkan infrastruktur digital dengan mengaktifkan akses internet pada daerah pedesaan; (2) memberikan pelatihan dan edukasi bisnis digital dan mampu meningkatkan kapabilitas usahanya di *marketplace*; (3) mengembangkan layanan pemasaran digital hingga mampu *go internasional*; (4) menyediakan platform digital untuk mengedukasi literasi keuangan dan memudahkan proses pelaporan keuangan yang mudah dan efisien. Artikel ini terbatas mengkaji literasi tentang langkah Pemerintah secara nasional dan setiap Provinsi memiliki otonomi tersendiri untuk mengupayakan persiapan UMKM menuju transformasi digital. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan pandangan lebih komprehensif tentang strategi UMKM menuju transformasi digital terutama pada daerah Provinsi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Djkn.kemenkeu.go.id. (2020, 16 November). *Pemulihan Ekonomi Nasional Dimulai dari UMKM*. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/13495/Pemulihan-Ekonomi-Nasional-Dimulai-dari-UMKM.html>
- Edu.kemenkopukm.go.id. *Tentang EDUKUKM*. Diakses dari <https://edu.kemenkopukm.go.id/>
- Ekon.go.id. (2023, 6 Desember). *Luncurkan Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030, Pemerintah Siapkan 3 Fase Transformasi Digital Nasional*. Diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5533/luncurkan-buku-putih-strategi-nasional-pengembangan-ekonomi-digital-indonesia-2030-pemerintah-siapkan-3-fase-transformasi-digital-nasional>
- Fiskal.kemenkeu.go.id. (2023, 29 Maret). *Indonesia Terus Mendorong Upaya Pengembangan Inklusi dan Literasi Keuangan UMKM di Kawasan ASEAN*. Diakses dari <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/470>
- Indonesia.go.id. (2019, 3 Mei). *Lamikro: Aplikasi Keuangan a la KemenkopUKM*. Diakses dari <https://www.indonesia.go.id/layanan/kependudukan/ekonomi/lamikro-aplikasi-keuangan-a-la-kemenkopukm>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, 8 Desember). *Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital 2030*. Diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5541/buku-putih-strategi-nasional-pengembangan-ekonomi-digital-2030>
- Kompas.com (2022, 2 April). *Dukung Operasional Bisnis Retail, Berikut 6 Manfaat Aplikasi Kasir Online*. Diakses dari <https://biz.kompas.com/read/2022/04/02/082735528/dukung-operasional-bisnis-retail-berikut-6-manfaat-aplikasi-kasir-online>.
- Lifestyle.okezone.com. (2023, 28 November). *Apa itu One Stop Shopping*. Diakses dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2023/11/28/612/2928745/apa-itu-one-stop-shopping>
- Maliha, D. W. (2023). *Digital Readiness of Creative Economy Entrepreneurs Subsector Culinary in Padang City*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan, 4(1), 175 –. <https://doi.org/10.53697/emak.v4i1.1111>
- Maliha, D.W, Nilam Sari, M., Kahar, A., Septrizarty, R., & Asrilisyak, S. (2023). *Kajian Literatur: Fenomena Viral Brand dan Dampak Pada Pembelian Mixue*. Journal on Education, 6(1), 7334-7339. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3996>
- Maliha, D. W. (2023). *Pemberian Motivasi Melanjutkan Studi dan Sosialisasi Pengetahuan Bisnis Kepada Siswa SMAN 14 Padang*. Jurnal Pengabdian Harapan Bangsa, 1 (2), 109-111. <https://doi.org/10.56854/jphb.v1i2.82>
- Maliha, D.W. (2022). *Penerapan Pemulihan Transformatif Digitalisasi UMKM di Kota Padang*. Ensiklopedia Social Review, 4(1), 38-44. <https://doi.org/10.33559/esr.v4i1>
- Mpr.go.id. (2023, 4 Agustus). *Segera Atasi Kendala dalam Transformasi Digital di Sektor UMKM*. Diakses dari <https://www.mpr.go.id/berita/Segera-Atasi-Kendala-dalam-Transformasi-Digital-di-Sektor-UMKM>
- Ojk.go.id. *Literasi Keuangan*. Diakses dari <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx>
- Skopi.kemenkopukm.go.id. *Tentang Skopi*. Diakses dari <https://skopi.kemenkopukm.go.id/about>
- Smesco.go.id. *Profil SMESCO Indonesia*. Diakses dari <https://smesco.go.id/profil>

MEKANISDA (Manajemen, EKonomi, Akuntansi, bisNIS Digital dan kewirAusahaan)

Vol 2, No 1, Februari 2024, Hal. 79-83

ISSN 2986-0784 (Media Online)

Smesta.kemenkopukm.go.id. *Tentang SMEsta*. Diakses dari <https://smesta.kemenkopukm.go.id/about-us>

Suara.com. (2023, 14 Desember). *30 Juta UMKM Ditargetkan Masuk Ekosistem Digital Pada 2024*. Diakses dari <https://www.suara.com/bisnis/2023/12/14/103701/30-juta-umkm-ditargetkan-masuk-ekosistem-digital-pada-2024>