



ISSN Cetak : 2087-0434
E-ISSN : 2599-0810

Volum 15 No. 02, (hal 113-124)
Tanggal Publish: 31 Desember 2024

STRATEGI KOMPETITIF DALAM ERA DISRUPSI TANTANGAN DAN PELUANG BAGI UMKM DI SEKTOR TEKNOLOGI

M Athillah Muzakki^{1*}, M Maulana Uday², M Fuad Said³, Vicky F Sanjaya⁴

¹²³⁴Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN RIL, Lampung, Indonesia.

Email correspondence: Athillahmuzakki@gmail.com

Abstrak

Abstrak penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kompetitif yang diterapkan oleh UMKM di sektor teknologi dalam menghadapi era disrupsi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini adalah UMKM yang bergerak di sektor teknologi di Indonesia, dengan sampel yang terdiri dari pemilik dan/atau manajer UMKM yang dipilih secara purposive. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di sektor teknologi mengadopsi strategi inovasi produk, pemasaran digital, pengelolaan rantai pasok yang kompetitif, serta penerapan Total Quality Management (TQM) untuk meningkatkan daya saing mereka. Meskipun demikian, UMKM juga menghadapi tantangan berupa persaingan yang ketat dan kebutuhan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya UMKM untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital serta terus berinovasi untuk mempertahankan keunggulan bersaing di era disrupsi.

Kata Kunci: kompetitif; digital; inovasi; UMKM; teknologi

Abstract

This research aims to analyze the competitive strategies implemented by SMEs in the technology sector in facing the disruption era. The research uses a qualitative approach with a descriptive research type. The population of this study consists of SMEs in the technology sector in Indonesia, with a purposive sample of owners and/or managers of SMEs. Data collection methods include in-depth interviews, observations, and document studies, followed by qualitative data analysis techniques. The results show that SMEs in the technology sector adopt strategies such as product innovation, digital marketing, competitive supply chain management, and the implementation of Total Quality Management (TQM) to enhance their competitiveness. However, SMEs also face challenges such as intense competition and the need to improve human resource quality. The implications of this research emphasize the importance for SMEs to leverage opportunities offered by digital technologies and continuously innovate to maintain a competitive advantage in the disruption era.

Keywords: competitive; digital; innovation; SMEs; technology.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di era disrupsi telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia. Perubahan ini tidak hanya mengubah cara individu berinteraksi, tetapi juga merevolusi pola konsumsi dan proses bisnis. Dalam konteks ini, UMKM di sektor teknologi memiliki peran penting untuk mendukung perekonomian digital yang semakin berkembang. Namun, era disrupsi juga menghadirkan tantangan besar bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. (Aprilia, 2022)

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kemampuan mereka untuk mengadopsi teknologi baru secara efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa banyak UMKM masih terbatas dalam akses terhadap teknologi canggih, keterampilan digital, dan infrastruktur yang memadai. (Berlilana, 2020) Hal ini menyebabkan sebagian besar UMKM gagal memanfaatkan potensi penuh dari teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, atau menciptakan inovasi produk. Ketertinggalan ini menempatkan UMKM dalam posisi yang rentan terhadap tekanan kompetitif, terutama dari perusahaan besar yang lebih maju dalam penggunaan teknologi.

Namun, era disrupsi juga membawa peluang yang luar biasa. Teknologi digital membuka akses ke pasar global, memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen baru dengan biaya lebih rendah. Platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi digital telah mengurangi hambatan geografis dan menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Dengan demikian, UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital dengan baik dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Beberapa studi telah mengidentifikasi strategi kompetitif yang dapat diadopsi oleh UMKM untuk bertahan dan berkembang di era disrupsi. Strategi inovasi dan pemasaran digital menjadi salah satu pendekatan yang paling banyak diterapkan, terutama untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pangsa pasar. (Maliy, 2023) Selain itu, strategi berbasis rantai pasok yang kompetitif juga terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi dan kolaborasi dengan mitra bisnis (Sumarsono, 2021). Pendekatan lain yang juga relevan adalah penerapan Total Quality Management (TQM),

yang berfokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal (Rahmawati, 2021).

Terlepas dari potensi besar yang ditawarkan oleh strategi-strategi tersebut, terdapat kesenjangan dalam penelitian mengenai bagaimana berbagai pendekatan ini dapat diintegrasikan secara holistik untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kebanyakan penelitian sebelumnya cenderung fokus pada satu aspek tertentu, seperti inovasi atau pemasaran digital, tanpa mempertimbangkan bagaimana elemen-elemen lain, seperti pengelolaan sumber daya manusia atau efisiensi rantai pasok, dapat saling mendukung. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi strategi kompetitif yang terintegrasi untuk UMKM di sektor teknologi dalam menghadapi era disrupsi.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi kompetitif UMKM di sektor teknologi. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi Strategi Kompetitif yang Efektif

Penelitian ini akan menganalisis berbagai strategi yang telah terbukti berhasil dalam meningkatkan daya saing UMKM. Fokus utama akan diberikan pada strategi inovasi, pemasaran digital, pengelolaan rantai pasok, pengelolaan sumber daya perusahaan, dan penerapan TQM. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana integrasi dari strategi-strategi tersebut dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih kuat bagi UMKM di sektor teknologi.

2. Mengenali Tantangan Utama yang Dihadapi UMKM

Selain mengidentifikasi strategi kompetitif, penelitian ini juga akan menggali tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam penerapan strategi tersebut. Tantangan ini dapat mencakup keterbatasan modal, resistensi terhadap perubahan, minimnya keahlian digital, serta hambatan akses terhadap teknologi canggih. Pemahaman terhadap tantangan ini penting untuk merancang solusi yang lebih tepat sasaran.

3. Menggali Peluang untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Era disrupsi tidak hanya membawa tantangan, tetapi juga peluang besar bagi UMKM. Penelitian ini akan mengidentifikasi peluang-peluang tersebut, seperti meningkatnya akses pasar global melalui platform digital, kolaborasi dengan perusahaan teknologi besar, dan efisiensi operasional melalui otomatisasi. Analisis ini akan membantu UMKM untuk memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

4. Memberikan Rekomendasi Berbasis Bukti

Berdasarkan temuan penelitian, rekomendasi praktis akan disusun untuk membantu UMKM dalam mengembangkan dan menerapkan strategi kompetitif mereka. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengambil kebijakan, pengusaha UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menghadapi tantangan era disrupsi.

Dengan tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan literatur akademik dan praktik manajemen UMKM di sektor teknologi.

Dalam era disrupsi yang penuh dengan perubahan dinamis, UMKM di sektor teknologi menghadapi tantangan besar untuk tetap relevan dan kompetitif. Meskipun demikian, peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital memberikan potensi besar bagi UMKM untuk berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai strategi kompetitif yang efektif, tantangan utama yang dihadapi, serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Melalui pendekatan yang holistik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi yang lebih inovatif dan adaptif di masa depan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan strategi kompetitif yang diterapkan oleh UMKM di sektor teknologi dalam menghadapi era disrupsi, serta memahami tantangan dan

peluang yang dihadapi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam pandangan, pengalaman, dan strategi yang dijalankan oleh pelaku UMKM, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan holistic (Suyitno, 2021). Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika dan kompleksitas strategi kompetitif UMKM, yang sulit dijelaskan melalui data kuantitatif semata.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemilik atau manajer UMKM di sektor teknologi. Pemilihan subjek ini didasarkan pada peran strategis mereka dalam mengambil keputusan, merancang, dan menerapkan strategi kompetitif dalam menghadapi tantangan era disrupsi (Sukriani, 2022). Subjek penelitian dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yang memastikan bahwa hanya individu yang relevan dan memiliki pengetahuan mendalam tentang strategi UMKM yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, keberagaman karakteristik subjek, seperti skala usaha, usia usaha, dan jenis produk atau layanan, turut diperhatikan untuk memberikan wawasan yang lebih luas.

Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan utama:

1. Studi Literatur

Tahap awal penelitian adalah melakukan studi literatur untuk memahami konsep-konsep utama terkait strategi kompetitif UMKM di sektor teknologi. Studi ini mencakup peninjauan artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya yang relevan (Rahmawati, 2021). Tujuannya adalah untuk mendapatkan landasan teori yang kuat dan mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang akan diisi oleh studi ini.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik atau manajer UMKM untuk menggali informasi tentang strategi kompetitif yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan peluang yang dimanfaatkan. Teknik wawancara semi-terstruktur

digunakan agar memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi tambahan yang mungkin muncul selama wawancara (Sulfikar, 2023).

3. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung implementasi strategi kompetitif di lapangan. Observasi ini mencakup pengamatan terhadap proses operasional, interaksi dengan konsumen, dan penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha (Asri, 2023). Pengamatan langsung ini membantu peneliti untuk memvalidasi data yang diperoleh dari wawancara dan memberikan konteks visual terhadap temuan penelitian.

4. Analisis Data

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan melalui tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi yang relevan dan penting dari wawancara dan observasi. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi atau diagram untuk mempermudah interpretasi. Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengidentifikasi pola, tema, atau hubungan yang muncul dari data (Norjanah, 2022).

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama:

1. Wawancara Semi-Terstruktur

Teknik wawancara semi-terstruktur digunakan untuk memungkinkan eksplorasi mendalam sambil tetap berfokus pada topik utama penelitian. Pertanyaan dirancang untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan praktik yang diterapkan oleh subjek penelitian.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan data langsung mengenai implementasi strategi kompetitif UMKM di lapangan. Data ini meliputi cara kerja, interaksi dengan pelanggan, dan penggunaan teknologi dalam operasional sehari-hari.

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi mencakup analisis dokumen internal UMKM, seperti laporan keuangan, materi pemasaran, dan dokumen perencanaan strategi. Teknik ini

digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. (Sulfikar, 2023)

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang meliputi tiga tahap utama:

1. Reduksi Data

Tahap ini mencakup seleksi dan penyederhanaan data untuk mengidentifikasi informasi yang paling relevan dengan tujuan penelitian.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram untuk mempermudah pemahaman.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan awal ditarik dari data yang telah disajikan, dan kemudian diverifikasi melalui triangulasi data untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan (Norjanah, 2022).

Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi kompetitif UMKM di sektor teknologi dalam menghadapi era disrupsi. Melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, penelitian ini dapat mengidentifikasi tantangan, peluang, dan praktik terbaik yang relevan bagi UMKM. Sebagai salah satu kontribusi unik penelitian ini, disimpulkan bahwa "UMKM di sektor teknologi yang mampu mengintegrasikan strategi inovasi dengan efisiensi operasional memiliki peluang lebih besar untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berubah."

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital

UMKM di sektor teknologi telah mengimplementasikan strategi inovasi untuk membedakan produk mereka dari pesaing. Inovasi produk dilakukan dengan memperkenalkan fitur baru, desain yang lebih menarik, serta peningkatan kualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Sebagai contoh, beberapa UMKM menciptakan produk teknologi yang lebih ramah pengguna dan lebih efisien, seperti aplikasi berbasis AI untuk membantu pengelolaan bisnis yang lebih efektif. Selain itu, penggunaan pemasaran digital melalui platform media sosial dan e-commerce terbukti efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas merek. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas, bahkan internasional, sehingga memperbesar potensi penjualan dan ekspansi pasar (Maliyo, 2023).

2. Strategi Rantai Pasok yang Kompetitif

UMKM juga fokus pada pengoptimalan rantai pasok untuk memperkuat daya saing mereka. Mereka melakukan analisis menyeluruh terhadap aspek logistik, termasuk fasilitas, inventori, dan transportasi, guna memastikan efisiensi dan efektivitas operasional. Misalnya, beberapa UMKM telah mengadopsi teknologi untuk melacak inventaris secara real-time, mengurangi pemborosan, dan memastikan produk sampai tepat waktu ke tangan konsumen. Selain itu, UMKM juga semakin cermat dalam memilih sumber daya pemasok dan strategi pricing untuk tetap kompetitif di pasar global. Penerapan strategi rantai pasok yang optimal memungkinkan UMKM tidak hanya memenuhi permintaan pasar dengan cepat, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas konsumen (Sumarsono, 2021).

3. Strategi Berbasis Sumber Daya Perusahaan

Kunci dari keberhasilan UMKM di sektor teknologi adalah pemanfaatan sumber daya internal secara optimal. Strategi berbasis sumber daya ini menekankan pentingnya pemanfaatan kapasitas kewirausahaan, serta kemampuan digital yang dimiliki oleh pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat. UMKM yang memiliki tim yang berkompeten dalam teknologi digital dan memiliki

wawasan kewirausahaan yang kuat dapat merespons disrupsi dengan lebih gesit. Dengan memanfaatkan sumber daya internal yang ada, seperti tim yang terampil dan teknologi yang tersedia, UMKM dapat lebih mudah berinovasi dan menanggapi perubahan pasar secara efektif. Contoh nyata dari hal ini adalah UMKM yang memanfaatkan platform berbasis cloud untuk meningkatkan fleksibilitas dan kolaborasi dalam operasional bisnis, yang memungkinkan mereka lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis (Aisyah, 2022).

4. Strategi Penerapan Total Quality Management (TQM)

Implementasi sistem TQM di kalangan UMKM terbukti sangat penting dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Melalui pendekatan TQM, UMKM fokus pada upaya terus-menerus untuk meningkatkan proses dan hasil yang diperoleh, dari produk hingga layanan pelanggan. Dalam penelitian ini, terlihat bahwa banyak UMKM yang menerapkan standar kualitas yang tinggi, seperti sertifikasi ISO atau penggunaan alat ukur yang ketat dalam produksi. Dengan begitu, mereka dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi ekspektasi pelanggan dan dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, penerapan TQM memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan dalam proses produksi, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan daya saing jangka panjang (Rahmawati, 2021).

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa UMKM di sektor teknologi telah mengadopsi berbagai strategi kompetitif yang efektif untuk bertahan dan berkembang dalam menghadapi era disrupsi. Salah satu strategi yang paling dominan adalah inovasi produk, yang memungkinkan UMKM untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membedakan diri dari kompetitor. Dengan melakukan inovasi yang berfokus pada kebutuhan konsumen, UMKM dapat menjaga relevansi produk mereka di pasar yang penuh persaingan.

Selanjutnya, pemasaran digital menjadi komponen kunci dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce memberikan kesempatan kepada UMKM untuk bersaing secara global, tidak terbatas pada pasar domestik. Pemasaran digital memungkinkan mereka menjangkau audiens

yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien, terutama untuk UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya.

Di sisi lain, UMKM juga berhasil mengoptimalkan rantai pasok mereka untuk meningkatkan efisiensi operasional. Pengelolaan rantai pasok yang efektif memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya operasional dan memastikan produk sampai ke konsumen tepat waktu. Strategi ini sangat krusial dalam menghadapi ketatnya persaingan pasar dan tuntutan konsumen yang semakin tinggi.

Selain itu, sumber daya internal perusahaan, seperti kewirausahaan dan kemampuan digital, menjadi kekuatan utama bagi UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan pasar. Penggunaan sumber daya manusia yang terampil dan teknologi canggih memungkinkan UMKM untuk lebih gesit dalam merespons disrupsi.

Penerapan TQM juga terbukti memberi dampak positif bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dengan menerapkan standar kualitas yang ketat, UMKM dapat memenuhi harapan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat penting di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor teknologi.

Namun, meskipun UMKM telah menerapkan berbagai strategi kompetitif, tantangan besar tetap ada. Salah satu tantangan utama adalah perubahan fundamental dalam cara hidup manusia yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, yang memaksa UMKM untuk selalu beradaptasi dengan cepat. Selain itu, persaingan yang semakin ketat di pasar, peningkatan kebutuhan akan kualitas SDM, serta perubahan organisasi dalam menghadapi pemimpin baru, juga menjadi kendala yang perlu diatasi oleh UMKM.

Di sisi lain, era disrupsi juga membuka peluang besar bagi UMKM. Penggunaan teknologi memudahkan UMKM untuk mempercepat proses produksi dan distribusi, sementara media sosial dan e-commerce memberikan platform untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Peningkatan literasi digital dan keuangan juga menjadi faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan bisnis UMKM. Untuk itu, UMKM perlu terus berinovasi, memanfaatkan peluang yang ada, dan mengatasi tantangan yang muncul agar dapat tetap kompetitif di pasar global yang semakin dinamis.

Dengan menerapkan strategi kompetitif yang tepat dan memanfaatkan peluang serta tantangan dengan bijaksana, UMKM di sektor teknologi dapat terus bertahan dan berkembang, bahkan di tengah ketidakpastian yang ditimbulkan oleh era disrupsi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di sektor teknologi telah berhasil mengimplementasikan berbagai strategi kompetitif untuk menghadapi tantangan era disrupsi. Melalui inovasi produk yang terus berkembang dan pemanfaatan pemasaran digital, UMKM mampu menciptakan diferensiasi produk dan memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, pengelolaan rantai pasok yang efisien, pemanfaatan sumber daya internal, dan penerapan Total Quality Management (TQM) juga berkontribusi pada peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Meskipun demikian, UMKM tetap menghadapi tantangan besar seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan dinamika pasar, serta kebutuhan untuk terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Era disrupsi juga membuka peluang yang signifikan, terutama dengan memanfaatkan teknologi untuk mempercepat proses bisnis dan memperluas pasar melalui platform digital.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, salah satunya adalah tidak dilakukannya analisis mendalam mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi UMKM, seperti kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi makro. Selain itu, penelitian ini terbatas pada sektor teknologi dan tidak mencakup sektor UMKM lainnya, yang mungkin memiliki strategi kompetitif yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan dengan menganalisis berbagai sektor UMKM dan menggali lebih dalam mengenai dampak faktor eksternal terhadap keberhasilan strategi kompetitif UMKM. Penelitian lebih lanjut juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kesuksesan UMKM, seperti pengaruh sosial budaya dan teknologi yang lebih mendalam, agar dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif bagi pengembangan UMKM di era disrupsi.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, H. S. (2022). Resource-based view: strategi umkm di sumatera barat untuk mencapai keunggulan kompetitif. *JMD Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109-120.
- Aprilia, A. a. (2022). Peluang dan tantangan : bisnis di era disrupsi industri. *Jurnal Eduscience*, 9(2), 377-387.
- Asri, D. (2023). Perancangan pembukuan inventaris, cost control, dan membership menggunakan microsoft access pada usaha rumah makan de'sate. . *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(1), 72-81.
- Berlilana, B. U. (2020). Pengaruh teknologi informasi revolusi industri 4.0 terhadap perkembangan umkm sektor industri pengolahan. *Matrix Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 10(3), 87-93.
- Maliyo, R. a. (2023). Analisis strategis e-business untuk strategi pemasaran dan penjualan. *Aiti*, 20(1), 111-124.
- Norjanah, N. N. (2022). Kompetensi guru dalam mengembangkan pendidikan agama islam berbasis teknologi informasi dan komunikasi di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 5130-5137.
- Rahmawati, P. A. (2021). Business strategies: rumusan strategi meningkatkan perekonomian sektor umkm di tengah pandemi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 129.
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh inovasi dan kreatifitas terhadap kinerja usaha pelaku umkm kuliner di kota pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 64-71.
- Sulfikar, S. a. (2023). Pemanfaatan instagram dalam meningkatkan penguasaan mufradat mahasiswa. *Jurnal Tahsinia*, 4(1), 19-27.
- Sumarsono, S. a. (2021). Penentuan strategi rantai pasok umkm yang kompetitif berdasarkan logistical-crossfunctional drivers: studi kasus umkm di kabupaten jombang – jawa timur. *J Ti Undip Jurnal Teknik Industri*, 16(1), 42-55.
- Suyitno, S. (2021). Metode penelitian kualitatif konsep, prinsip dan operasionalnya.