

Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Kinerja dan Keberlanjutan UMKM : Studi Kualitatif pada Pelaku Usaha Di di Kabupaten Takalar

Asim¹, Syamsuddin², Ikramullah³, Agus⁴, Nurwahyuni⁵, Nurfaika Sari⁶, Nur Indah Ramadhani⁷

¹²³⁴⁵⁶⁷Institut Teknologi Pertanian

Abstrak

Digitalisasi Digitalisasi usaha menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan pola konsumsi, persaingan pasar, dan perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Penelitian ini mengkaji bagaimana pelaku UMKM di Kabupaten Takalar memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat kinerja dan menjaga keberlanjutan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan tiga informan pelaku UMKM dari sektor kuliner dan ritel barang. Pengumpulan data dilakukan pada April-Mei 2026 melalui wawancara tatap muka, observasi aktivitas usaha, serta dokumentasi pendukung. Data dianalisis secara interaktif melalui proses pemilahan data, penyusunan temuan, dan penarikan kesimpulan yang diverifikasi secara berulang. Keabsahan informasi diperkuat melalui perbandingan antar-informan dan penggunaan beberapa teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar tampak melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan komunikasi berbasis aplikasi. Pemanfaatan teknologi tersebut membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan, mempercepat transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki komunikasi dengan pelanggan. Digitalisasi juga mendukung keberlanjutan usaha melalui peningkatan kemampuan mempertahankan pelanggan, menyesuaikan strategi pemasaran, dan memperkuat daya saing. Namun, penerapannya masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan literasi digital, kesulitan membuat konten promosi, perubahan fitur aplikasi, dan kualitas jaringan internet yang belum stabil. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan digitalisasi UMKM perlu diarahkan tidak hanya pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada pelatihan praktis, pendampingan berkelanjutan, optimalisasi marketplace, pemanfaatan pembayaran digital, dan perbaikan infrastruktur internet.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM; Kinerja Usaha; Keberlanjutan UMKM; Media Sosial; Kabupaten Takalar

Abstract

Business digitalization has become an essential requirement for MSMEs in responding to changing consumer behavior, market competition, and the growth of the digital economy. This study examines how MSME actors in Takalar Regency utilize digital technologies to improve business performance and support business sustainability. A descriptive qualitative approach was applied by involving three MSME informants from the culinary and retail sectors. Data were collected from April to May 2026 through face-to-face interviews, direct observation of business activities, and supporting documentation. The data were analyzed interactively through data selection, data organization, interpretation of findings, and repeated verification. Data credibility was strengthened by comparing information across informants and by using multiple data collection techniques. The findings indicate that MSME digitalization in Takalar Regency is reflected in the use of social media, marketplaces, digital payment systems, and application-based communication. These technologies help business actors increase sales, accelerate transactions, expand market reach, and improve communication with customers. Digitalization also contributes to business sustainability by enabling MSMEs to maintain

customer relationships, adjust marketing strategies, and strengthen competitiveness. However, its implementation still faces several obstacles, including limited digital literacy, difficulties in creating promotional content, continuous changes in application features, and unstable internet connectivity. The study implies that MSME digitalization should not only focus on technology adoption but also on practical training, continuous mentoring, marketplace optimization, digital payment utilization, and improvement of internet infrastructure.

Keywords: MSME Digitalization; Business Performance; Business Sustainability; Digital Marketing; Takalar Regency

Copyright (c) 2026 Asim

✉ Corresponding author :

Email Address : Email: asimjhie26@itp-takalar.ac.id, syamsuddin@itp-takalar.ac.id,
ikramullahn5@gmail.com, agusyunus777@gmail.com, unhynur917@gmail.com,
nurfaikasari05@gmail.com, nrindahramadhani@gmail.com,

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi daerah karena berkontribusi terhadap perputaran usaha lokal, penyerapan tenaga kerja, serta penguatan aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam konteks Kabupaten Takalar, keberadaan UMKM menjadi penting karena sebagian besar aktivitas usaha masyarakat masih bertumpu pada skala mikro dan kecil.. Ketahanan UMKM menjadi isu penting karena pelaku usaha kecil sering menghadapi gangguan internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kelangsungan usaha, seperti keterbatasan sumber daya, kualitas sumber daya manusia, keterbatasan teknologi, dan perubahan lingkungan usaha (Syamsari, Maarif, et al., 2022). Selain itu, kewirausahaan strategis yang ditandai oleh pola pikir, kepemimpinan, dan orientasi penciptaan nilai dapat memperkuat kemampuan UKM dalam menghasilkan nilai tambah bagi individu, organisasi, dan lingkungan sosial (Farida et al., 2022). Secara kontekstual, Kabupaten Takalar memiliki basis aktivitas usaha lokal yang penting untuk dikaitkan dengan isu penguatan UMKM. Publikasi *Kabupaten Takalar Dalam Angka 2025* menunjukkan bahwa data sosial-demografi dan perekonomian daerah menjadi dasar penting dalam memahami dinamika pembangunan ekonomi lokal (Badan Pusat Statistik Kabupaten Takalar, 2025). Selain itu, Data Portal Satu Data Kabupaten Takalar pada Triwulan I 2026 mencatat sebanyak 1.151 izin usaha yang telah diterbitkan. Jumlah tersebut didominasi oleh usaha mikro sebanyak 1.132 unit, disusul usaha kecil sebanyak 18 unit, dan usaha menengah sebanyak 1 unit (Portal Satu Data Kabupaten Takalar, 2026). Komposisi ini menunjukkan bahwa struktur usaha di Kabupaten Takalar masih sangat bertumpu pada pelaku usaha mikro. Sebaran perizinan juga memperlihatkan konsentrasi aktivitas usaha pada beberapa kecamatan, terutama Pattallasang, Galesong, Galesong Utara, Galesong Selatan, dan Polongbangkeng Utara (Portal Satu Data Kabupaten Takalar, 2026). Kondisi ini memperkuat urgensi penguatan kapasitas usaha mikro dan kecil, terutama dalam aspek promosi, transaksi, perluasan pasar, adaptasi teknologi, dan keberlanjutan usaha.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku UMKM mengelola aktivitas usaha, terutama dalam aspek promosi, pemasaran, transaksi, komunikasi dengan pelanggan, dan perluasan jangkauan pasar. Dalam konteks usaha kecil dan menengah, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk memperkuat inovasi model bisnis, meningkatkan efisiensi proses, memperbaiki strategi pemasaran, serta membangun interaksi yang lebih dekat dengan pelanggan (Bouwman et al., 2019; Eller et al., 2020). Studi (Kádárová et al., 2023) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan teknologi digital dan integrasinya ke dalam aktivitas usaha berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, penciptaan nilai tambah, dan penguatan daya saing usaha.

Namun, keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi. Faktor internal seperti kesiapan organisasi, keterampilan digital pelaku usaha, kapasitas sumber daya, infrastruktur pendukung, dan ketepatan strategi digital juga menentukan sejauh mana teknologi dapat memberikan manfaat nyata bagi kinerja usaha (Becker & Schmid, 2020; Omrani et al., 2022). Pada tingkat nasional, penggunaan sistem pembayaran digital menunjukkan perkembangan yang pesat. Bank Indonesia mencatat bahwa hingga Semester I 2025, layanan QRIS telah menjangkau 57 juta pengguna dan 39,3 juta merchant, dengan 93,16% merchant berasal dari sektor UMKM (Bank Indonesia, 2025). Data tersebut memperlihatkan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian penting dari transformasi ekonomi digital nasional. Akan tetapi, data spesifik mengenai praktik adopsi digital UMKM pada tingkat kabupaten, termasuk Kabupaten Takalar, masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian empiris yang menjelaskan bagaimana pelaku UMKM lokal memanfaatkan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan komunikasi digital dalam mendukung kinerja serta keberlanjutan usaha..

Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperbaiki kinerja usaha melalui peningkatan penjualan, efisiensi operasional, perluasan pasar, dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital dapat mendukung peningkatan kinerja UKM ketika teknologi digunakan secara konsisten dalam strategi bisnis,

pengelolaan sumber daya, efisiensi proses, dan interaksi pelanggan (Bouwman et al., 2019; Eller et al., 2020; Teng et al., 2022). Oleh karena itu, digitalisasi dalam penelitian ini tidak dipahami semata-mata sebagai penggunaan perangkat atau aplikasi digital, tetapi sebagai proses adaptasi usaha yang berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha. (Omran et al., 2022; Zhang et al., 2022). Dengan demikian, digitalisasi perlu dipahami bukan hanya sebagai penggunaan alat digital, tetapi sebagai proses adaptasi usaha yang melibatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara konsisten untuk mendukung kinerja dan keberlanjutan usaha.

Meskipun kajian tentang digitalisasi UMKM telah berkembang, sebagian besar penelitian sebelumnya masih menempatkan digitalisasi pada konteks yang luas, menggunakan pendekatan kuantitatif, atau membahas transformasi digital pada level konseptual. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah kajian tersebut melalui penjelasan empiris mengenai praktik digitalisasi UMKM pada konteks lokal Kabupaten Takalar, khususnya pada pelaku usaha sektor kuliner dan ritel barang. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan manfaat digitalisasi bagi UMKM, tetapi juga menggambarkan bagaimana pelaku usaha memanfaatkan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan komunikasi digital dalam aktivitas usaha sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga menempatkan hambatan digitalisasi, seperti keterbatasan literasi digital, kesulitan membuat konten promosi, perubahan fitur aplikasi, dan jaringan internet yang belum stabil, sebagai bagian penting dalam memahami keberlanjutan UMKM berbasis digital..

Secara kontekstual, Kabupaten Takalar memiliki basis aktivitas usaha lokal yang relevan untuk dikaji dalam isu digitalisasi UMKM. Publikasi *Kabupaten Takalar Dalam Angka 2025* menunjukkan bahwa kondisi sosial-demografi dan perekonomian daerah menjadi dasar penting dalam memahami dinamika pembangunan ekonomi lokal (Badan Pusat Statistik Kabupaten Takalar, 2025). Selain itu, data Portal Satu Data Kabupaten Takalar pada Triwulan I 2026 mencatat sebanyak 1.151 izin usaha yang telah diterbitkan. Jumlah tersebut terdiri atas 1.132 usaha mikro, 18 usaha kecil, dan 1 usaha menengah (Portal Satu Data Kabupaten Takalar, 2026). Komposisi ini memperlihatkan bahwa aktivitas usaha berizin di Kabupaten Takalar masih didominasi oleh usaha mikro. Pada tingkat nasional, perkembangan pembayaran digital juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Bank Indonesia melaporkan bahwa hingga Semester I 2025, QRIS telah digunakan oleh 57 juta pengguna dan 39,3 juta merchant, dengan 93,16% merchant berasal dari sektor UMKM (Bank Indonesia, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembayaran digital semakin menjadi bagian dari transformasi ekonomi digital nasional. Namun, informasi empiris mengenai praktik adopsi digital UMKM pada level kabupaten, termasuk Kabupaten Takalar, masih terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan bagaimana pelaku UMKM di Kabupaten Takalar memanfaatkan digitalisasi dalam mendukung kinerja dan keberlanjutan usaha.

Pemanfaatan Pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM belum selalu berjalan optimal karena masih dihadapkan pada berbagai keterbatasan, terutama rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, serta kapasitas manajerial yang belum memadai. (Omran et al., 2022) menjelaskan bahwa adopsi teknologi digital tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur dan tingkat inovasi, tetapi juga oleh faktor organisasi, seperti keterampilan internal dan kemampuan finansial pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, keterbatasan tersebut dapat memperlambat proses transformasi digital karena pelaku usaha belum sepenuhnya memiliki kapasitas untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas bisnis secara berkelanjutan. (Zhang et al., 2022) menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital pada UMKM membutuhkan peningkatan kemampuan organisasi agar proses adaptasi teknologi dapat berlangsung secara efektif. Sejalan dengan itu, (Zahoor et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi digital manajerial berperan penting dalam menentukan kemampuan pelaku usaha memanfaatkan teknologi secara produktif. Oleh karena itu, UMKM perlu memperkuat perencanaan strategis, meningkatkan keterampilan digital, dan membangun kesiapan adaptif agar mampu menghadapi hambatan serta merespons perubahan pasar secara lebih efektif (Fabian et al., 2023; Trieu et al., 2023).

Di Kabupaten Takalar, digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) semakin terlihat melalui penerapan media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital, namun pemahaman tentang praktik ini tetap terbatas di kalangan operator bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa sementara media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan strategi pemasaran, banyak UMKM masih berjuang dengan implementasi yang efektif karena kurangnya pengetahuan dan pelatihan TI (Dachyar et al., 2023; Pellegrino & Abe, 2023). Selain itu, integrasi layanan pembayaran elektronik dan e-commerce telah terbukti secara positif mempengaruhi kinerja rantai pasokan, namun tantangan tetap ada, menyoroti kebutuhan akan inovasi terbuka dan solusi yang disesuaikan untuk memfasilitasi transisi ini (Kilay et al., 2022). Selain itu, keberhasilan digitalisasi dalam meningkatkan kinerja keuangan bergantung pada karakteristik UKM, seperti orientasi mereka terhadap inovasi dan fleksibilitas organisasi (Fabian et al., 2023). Dengan demikian, pendekatan komprehensif yang mencakup pelatihan dan dukungan strategis sangat penting bagi UMKM di Kabupaten Takalar untuk memanfaatkan digitalisasi sepenuhnya.

Kinerja dan keberlanjutan UMKM sangat berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas operasional sehari-hari. Meskipun UMKM umumnya memiliki fleksibilitas dalam merespons perubahan pasar, keterbatasan sumber daya, kapasitas manajerial, dan kesiapan organisasi sering menjadi kendala dalam proses transformasi digital (Melo et al., 2023). Integrasi teknologi digital tidak hanya membantu memperbaiki efisiensi operasional dan pelayanan pelanggan, tetapi juga dapat mendukung keberlanjutan ekonomi serta penciptaan nilai sosial ketika didukung oleh orientasi kewirausahaan yang kuat (Teng et al., 2022; Vrontis et al., 2022). Namun, dampak digitalisasi terhadap kinerja UMKM tidak selalu bersifat seragam karena sangat bergantung pada karakteristik usaha, tingkat keterbukaan terhadap perubahan, dan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan investasi digital secara produktif (Fabian et al., 2023). Dengan demikian, pendekatan digitalisasi yang konsisten, adaptif, dan sesuai dengan kapasitas pelaku usaha menjadi penting untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan serta peningkatan kinerja UMKM (Kádárová et al., 2023).

Perkembangan kajian mengenai digitalisasi UMKM menunjukkan adanya pergeseran pemahaman dari sekadar penggunaan perangkat teknologi menuju proses transformasi usaha yang lebih kompleks. Digitalisasi tidak lagi dipandang hanya sebagai pemanfaatan media atau aplikasi digital, tetapi sebagai proses sosial-teknis yang memengaruhi model bisnis, pola interaksi dengan pelanggan, rutinitas operasional, dan penciptaan nilai usaha. Dalam konteks UMKM, digitalisasi dapat memperkuat kinerja melalui inovasi model bisnis, peningkatan kapabilitas digital, integrasi sumber daya, efisiensi proses, serta keselarasan antara strategi usaha dan pemanfaatan teknologi (Bouwman et al., 2019; Eller et al., 2020; Scuotto et al., 2021). (Bouwman et al., 2019) menjelaskan bahwa UMKM yang mampu mengadopsi teknologi digital secara tepat cenderung memperoleh kinerja yang lebih baik ketika proses digitalisasi didukung oleh model bisnis dan strategi implementasi yang sesuai. Sejalan dengan itu, (Scuotto et al., 2021) menekankan bahwa kapabilitas digital individu berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi usaha pada era transformasi digital.

Literatur terbaru juga mulai mengaitkan digitalisasi dengan keberlanjutan usaha. Teknologi digital dinilai dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, memperkuat respons terhadap pelanggan, serta meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Philbin et al., 2022; Zhang et al., 2022). Dengan demikian, arah penelitian digitalisasi UMKM tidak lagi terbatas pada pertanyaan apakah pelaku usaha menggunakan teknologi digital, tetapi bergeser pada bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan ke dalam praktik bisnis, kapasitas pelaku usaha, dan strategi keberlanjutan.

Bukti empiris pada tingkat usaha mikro menunjukkan bahwa UMKM, khususnya pada sektor kuliner, ritel makanan, dan hospitality, memiliki pola ketahanan serta kemampuan adaptasi yang khas dalam menghadapi krisis dan perubahan pasar. Saad et al., 2022 menjelaskan bahwa keberlanjutan hubungan dengan pelanggan pada UMKM dipengaruhi oleh kemampuan usaha

dalam menjaga ketahanan, merespons perubahan kebutuhan konsumen, serta mempertahankan mutu produk dan layanan. Dalam situasi pasar yang tidak stabil, faktor-faktor tersebut berperan penting dalam memperkuat loyalitas pelanggan dan menjaga kelangsungan usaha. Studi (Gherhes et al., 2020) juga menegaskan bahwa usaha mikro di wilayah periferia menghadapi kendala pertumbuhan yang berbeda dari usaha di pusat perkotaan, antara lain keterbatasan akses terhadap tenaga kerja terampil, sumber daya, dan dukungan lingkungan usaha. Dalam konteks digitalisasi, (Gao et al., 2023) menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dan digital marketing dapat mendukung kinerja keuangan dan keberlanjutan MSME, sedangkan (Vrontis et al., 2022) menekankan bahwa adopsi teknologi digital dapat menciptakan keberlanjutan ekonomi dan nilai sosial bagi UKM. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kajian digitalisasi UMKM perlu memperhatikan konteks mikro, karakteristik sektor usaha, keterbatasan sumber daya, dan kemampuan adaptasi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital.

Meskipun kajian mengenai digitalisasi UMKM telah berkembang, masih terdapat beberapa celah penelitian yang perlu diperhatikan. Pertama, sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak membahas digitalisasi UMKM melalui pendekatan kuantitatif, model struktural, kajian konseptual, atau tinjauan literatur sistematis, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana pelaku UMKM memaknai dan menjalankan digitalisasi dalam praktik usaha sehari-hari (Gao et al., 2023; Philbin et al., 2022; Teng et al., 2022; Zhang et al., 2022). Kedua, penelitian digitalisasi UMKM masih cenderung berfokus pada konteks umum, level nasional, atau wilayah dengan dukungan infrastruktur yang relatif lebih maju. Sementara itu, kajian pada wilayah kabupaten, semi-rural, atau non-metropolitan masih terbatas, padahal karakteristik sumber daya, kapasitas manajerial, literasi digital, dan infrastruktur digital pada wilayah tersebut dapat berbeda dengan kawasan perkotaan. Ketiga, hubungan antara digitalisasi, kinerja, dan keberlanjutan UMKM belum banyak dijelaskan secara kualitatif dalam konteks pelaku usaha yang menghadapi keterbatasan sumber daya, praktik manajerial sederhana, literasi digital yang belum merata, dan jaringan internet yang belum sepenuhnya stabil. Celah ini penting karena keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan platform digital, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam kegiatan promosi, transaksi, komunikasi pelanggan, perluasan pasar, dan strategi bertahan usaha.

Berdasarkan Berdasarkan celah penelitian tersebut, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penyajian bukti empiris mengenai praktik digitalisasi UMKM dalam konteks lokal Kabupaten Takalar, khususnya pada pelaku usaha sektor kuliner dan ritel barang. Penelitian ini memperlihatkan bagaimana pelaku UMKM menggunakan teknologi digital dalam aktivitas usaha sehari-hari, mulai dari promosi melalui media sosial, pemanfaatan marketplace, penggunaan pembayaran digital, hingga komunikasi dengan pelanggan. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya dipahami sebagai penggunaan platform digital, tetapi sebagai proses adaptasi usaha yang berkaitan dengan peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, interaksi pelanggan, kemampuan bertahan, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan penguatan daya saing UMKM.

Selain itu, penelitian ini menempatkan hambatan digitalisasi sebagai bagian penting dalam memahami keberlanjutan usaha berbasis digital. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan literasi digital, kesulitan membuat konten promosi, perubahan fitur aplikasi, keterbatasan jaringan internet, serta belum meratanya kemampuan pelaku usaha dalam mengelola teknologi digital secara produktif. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menjelaskan manfaat digitalisasi bagi UMKM, tetapi juga menunjukkan bagaimana proses digitalisasi dijalankan, dibatasi, dan dimaknai oleh pelaku UMKM dalam konteks usaha lokal Kabupaten Takalar.

METODOLOGI

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan praktik digitalisasi UMKM dalam konteks usaha lokal Kabupaten Takalar. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman terhadap pengalaman, pandangan, dan cara pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas usaha sehari-hari. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak diarahkan untuk menguji hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi untuk menggambarkan bagaimana digitalisasi digunakan dalam kegiatan promosi, transaksi, komunikasi pelanggan, serta pengelolaan usaha. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menyajikan secara sistematis bentuk penggunaan teknologi digital, manfaat yang dirasakan pelaku usaha, hambatan yang dihadapi, serta strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih karena pelaku UMKM di Kabupaten Takalar mulai memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas usaha, terutama untuk promosi, pemasaran, transaksi, komunikasi dengan pelanggan, dan pengembangan usaha. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi digital pada UMKM di daerah ini masih menghadapi beberapa hambatan, seperti keterbatasan kemampuan digital, akses teknologi yang belum merata, serta belum optimalnya penggunaan media digital dalam mendukung aktivitas usaha. Pengumpulan data dilakukan pada April hingga Mei 2026 melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM yang memenuhi kriteria penelitian..

Informan Penelitian

Informan penelitian terdiri atas tiga pelaku UMKM di Kabupaten Takalar yang telah menggunakan teknologi digital dalam aktivitas usahanya. Informan dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan kesesuaian antara pengalaman usaha, penggunaan media digital, dan kemampuan memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Kriteria informan meliputi pelaku UMKM yang masih aktif menjalankan usaha, menggunakan media sosial, marketplace, pembayaran digital, atau aplikasi komunikasi dalam kegiatan usaha, serta memiliki pengalaman langsung dalam proses digitalisasi. Informan berasal dari sektor kuliner dan ritel barang karena kedua sektor tersebut dinilai cukup aktif memanfaatkan teknologi digital untuk promosi, transaksi, komunikasi pelanggan, dan pengelolaan pesanan. Dengan kriteria tersebut, informan diposisikan sebagai sumber data utama untuk menjelaskan praktik digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar.

Tabel 1. Kriteria Informan Penelitian

No.	Kriteria Informan	Keterangan
1	Pelaku UMKM aktif	Informan masih aktif menjalankan usaha di Kabupaten Takalar.
2	Menggunakan media digital	Informan menggunakan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, atau media digital lainnya.
3	Memiliki pengalaman digitalisasi	Informan memiliki pengalaman dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan promosi, pemasaran, transaksi, atau komunikasi pelanggan.
4	Sektor usaha	Informan berasal dari sektor kuliner dan ritel barang.
5	Kesediaan informan	Informan bersedia memberikan informasi secara sukarela untuk kepentingan penelitian.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan praktik digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar serta keterkaitannya dengan kinerja dan keberlanjutan usaha. Digitalisasi dalam penelitian ini dilihat melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan aplikasi komunikasi dalam aktivitas usaha. Kinerja UMKM dikaji melalui perubahan pada penjualan, efisiensi operasional, perluasan pasar, kemudahan transaksi, dan komunikasi dengan pelanggan. Sementara itu, keberlanjutan UMKM dipahami melalui kemampuan pelaku usaha mempertahankan pelanggan, menyesuaikan strategi pemasaran, merespons perubahan pasar, meningkatkan daya saing, serta menjaga kelangsungan usaha.

Tabel 2. Fokus Penelitian dan Aspek yang Dikaji

Fokus Penelitian	Aspek yang Dikaji
Digitalisasi UMKM	Penggunaan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, promosi digital, dan komunikasi dengan pelanggan.
Kinerja UMKM	Peningkatan penjualan, efisiensi operasional, perluasan pasar, kemudahan transaksi, dan peningkatan jumlah pelanggan.
Keberlanjutan UMKM	Kemampuan bertahan, adaptasi terhadap perubahan pasar, daya saing usaha, dan kelangsungan usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui tiga teknik, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, termasuk bentuk penggunaan media digital, manfaat yang dirasakan, hambatan yang dihadapi, serta strategi adaptasi yang dilakukan dalam menjalankan usaha. Wawancara dilakukan secara langsung kepada setiap informan dengan durasi rata-rata sekitar 45 menit. Sebelum wawancara berlangsung, peneliti menjelaskan tujuan penelitian dan meminta persetujuan informan secara lisan.

Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas usaha informan, terutama penggunaan teknologi digital dalam promosi produk, komunikasi dengan pelanggan, transaksi pembayaran, dan pengelolaan pesanan. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk memperkuat data hasil wawancara dan observasi. Dokumen yang dikumpulkan meliputi foto kegiatan usaha, catatan lapangan, tangkapan layar media sosial atau marketplace, serta dokumen lain yang berkaitan dengan praktik digitalisasi UMKM.

Tabel 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data	Tujuan
Wawancara mendalam	Menggali pengalaman, pandangan, manfaat, hambatan, dan strategi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.
Observasi	Mengamati penggunaan teknologi digital dalam aktivitas usaha UMKM.
Dokumentasi	Mengumpulkan bukti pendukung berupa foto, catatan, tangkapan layar media digital, atau dokumen lain yang relevan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara bertahap dengan merujuk pada model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Tahap pertama dilakukan dengan menelaah seluruh data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data kemudian dipilah berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian, terutama yang berkaitan dengan praktik digitalisasi, kinerja UMKM, dan keberlanjutan usaha. Informasi yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan ke dalam kategori tertentu, seperti penggunaan media sosial, marketplace, pembayaran digital, komunikasi pelanggan, manfaat digitalisasi, hambatan, dan strategi adaptasi pelaku usaha.

Tahap berikutnya adalah menyajikan data dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel tematik agar pola temuan lebih mudah dibaca. Setiap temuan kemudian dibandingkan antar-informan serta dikaitkan dengan hasil observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap sejak proses pengumpulan data berlangsung hingga tahap akhir analisis. Kesimpulan yang diperoleh diverifikasi kembali melalui pemeriksaan ulang terhadap data lapangan sehingga interpretasi yang dihasilkan sesuai dengan kondisi empiris UMKM di Kabupaten Takalar.

Tabel 4. Tahapan Analisis Data

Tahapan Analisis	Uraian
Reduksi data	Memilih, menyederhanakan, dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian.
Penyajian data	Menyusun data dalam bentuk uraian naratif dan tabel tematik.
Penarikan kesimpulan dan verifikasi	Menafsirkan temuan dan memverifikasi data melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diperkuat melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari setiap informan untuk melihat kesamaan, perbedaan, dan konsistensi keterangan mengenai praktik digitalisasi UMKM. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Melalui proses tersebut, data yang diperoleh tidak langsung diterima sebagai informasi tunggal, tetapi diperiksa kembali dengan bukti lapangan dan dokumen pendukung yang relevan. Langkah ini dilakukan agar temuan penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang memadai dan sesuai dengan kondisi empiris pelaku UMKM di Kabupaten Takalar.

Etika Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian. Sebelum proses wawancara dilakukan, peneliti terlebih dahulu menjelaskan tujuan penelitian, jenis informasi yang dibutuhkan, serta penggunaan data kepada setiap informan. Persetujuan informan diperoleh secara lisan sebelum pengumpulan data dilakukan. Peneliti juga menjaga kerahasiaan identitas informan dan memastikan bahwa informasi yang diberikan tidak digunakan di luar kepentingan akademik. Data yang diperoleh hanya dimanfaatkan untuk analisis penelitian dan pelaporan hasil secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Informan

Penelitian ini melibatkan tiga pelaku UMKM di Kabupaten Takalar yang telah menggunakan teknologi digital dalam aktivitas usahanya. Informan berasal dari sektor kuliner dan ritel barang, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai praktik digitalisasi pada dua jenis usaha yang banyak berinteraksi langsung dengan konsumen. Data penelitian diperoleh melalui wawancara langsung, pengamatan terhadap aktivitas usaha, serta dokumentasi pendukung selama proses penelitian. Berdasarkan hasil pengumpulan data, informan telah memanfaatkan berbagai teknologi digital, seperti media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan aplikasi komunikasi untuk mendukung promosi, transaksi, pelayanan pelanggan, dan perluasan pasar.

Tabel 5. Profil Singkat Informan Penelitian

Kode Informan	Sektor Usaha	Teknologi Digital yang Digunakan	Pemanfaatan Utama
I1	Kuliner	WhatsApp, Instagram, Facebook, QRIS, mobile banking	Promosi, komunikasi pelanggan, dan pembayaran digital
I2	Kuliner	WhatsApp, TikTok, Instagram, QRIS, e-wallet	Promosi, pengelolaan pesanan, interaksi pelanggan, dan transaksi
I3	Ritel barang	WhatsApp, Facebook, marketplace, mobile banking, e-wallet	Pemasaran produk, transaksi, komunikasi pelanggan, dan perluasan pasar

Praktik Digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk digitalisasi yang paling dominan digunakan oleh pelaku UMKM adalah media sosial, terutama WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok. Media sosial dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk, membagikan foto dan video promosi, menerima pesanan, merespons pertanyaan pelanggan, serta menjaga hubungan dengan konsumen. Informan menilai media sosial lebih praktis, murah, dan cepat dibandingkan promosi konvensional karena produk dapat dikenal oleh konsumen yang lebih luas tanpa membutuhkan biaya promosi yang besar.

Selain memanfaatkan media sosial, informan juga menggunakan layanan pembayaran digital dalam aktivitas transaksi usaha, seperti QRIS, e-wallet, dan mobile banking. Penggunaan pembayaran digital membantu pelaku UMKM melayani transaksi secara lebih cepat, mengurangi penggunaan uang tunai, meningkatkan keamanan pembayaran, serta memudahkan pencatatan arus transaksi. Pada sektor ritel barang, marketplace mulai dimanfaatkan untuk menampilkan produk secara lebih luas dan menjangkau konsumen di luar lingkungan sekitar usaha.

Meskipun pelaku UMKM telah menggunakan berbagai teknologi digital, kemampuan digital mereka masih berkembang secara bertahap. Sebagian besar informan mempelajari penggunaan teknologi secara mandiri melalui pengalaman harian, media sosial, dan video tutorial. Namun, informan masih menghadapi kendala dalam membuat konten promosi yang menarik, memahami perubahan fitur aplikasi, mengelola akun bisnis, dan menggunakan fitur digital yang lebih kompleks. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar telah berjalan, tetapi masih didominasi oleh pemanfaatan teknologi dasar.

Digitalisasi dan Peningkatan Kinerja UMKM

Digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM terutama melalui peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan perluasan pasar. Seluruh informan menyatakan bahwa penggunaan media sosial membantu meningkatkan jumlah pelanggan karena produk lebih mudah dikenal dan dapat dipromosikan secara berulang. Salah satu informan melaporkan peningkatan pendapatan sekitar 30–40% setelah aktif menggunakan media digital, sedangkan informan lain menyatakan bahwa keuntungan usaha meningkat hingga dua kali lipat setelah promosi melalui media sosial dilakukan lebih konsisten. Data tersebut merupakan keterangan langsung dari informan mengenai perubahan yang mereka rasakan setelah menggunakan media digital.

Dari sisi efisiensi operasional, digitalisasi membantu pelaku UMKM menjalankan proses transaksi dan komunikasi usaha secara lebih praktis. Pemanfaatan QRIS, e-wallet, dan mobile banking membuat transaksi dapat dilakukan lebih cepat, mengurangi ketergantungan pada pembayaran tunai, serta meningkatkan keamanan dalam penerimaan pembayaran. Selain itu, penggunaan WhatsApp dan media sosial memudahkan pelaku usaha menyampaikan informasi terkait pesanan, harga, ketersediaan produk, dan pengiriman kepada pelanggan. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga mendukung perbaikan proses operasional usaha.

Digitalisasi juga berperan dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Sebelum menggunakan media digital, sebagian besar pelanggan informan berasal dari lingkungan sekitar tempat usaha. Setelah memanfaatkan media sosial dan marketplace, produk informan mulai dikenal oleh konsumen dari wilayah yang lebih luas, bahkan dalam beberapa kasus menjangkau pelanggan dari luar Kabupaten Takalar. Temuan ini memperlihatkan bahwa media digital dapat membantu pelaku UMKM mengurangi keterbatasan geografis dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

Digitalisasi dan Keberlanjutan UMKM

Digitalisasi juga berperan dalam mendukung keberlanjutan UMKM melalui kemampuan mempertahankan usaha, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan peningkatan daya saing. Informan menyatakan bahwa media sosial membantu usaha tetap terlihat oleh pelanggan karena promosi dapat dilakukan secara rutin meskipun kunjungan langsung tidak selalu stabil. Komunikasi digital juga memudahkan pelaku usaha menjaga hubungan dengan pelanggan lama dan memperoleh pelanggan baru.

Dalam aspek adaptasi, informan mulai menyesuaikan strategi promosi dengan dinamika media sosial, seperti penggunaan foto produk yang lebih menarik, video singkat, testimoni pelanggan, dan gaya komunikasi yang lebih responsif. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital tidak hanya diarahkan untuk memperkenalkan produk, tetapi juga untuk membaca preferensi konsumen dan menyesuaikan cara pelaku usaha merespons perubahan pasar.

Dari aspek daya saing, penggunaan media digital membantu pelaku UMKM memperkuat identitas produk, meningkatkan kualitas layanan, serta merespons masukan pelanggan secara lebih cepat. Komentar, pertanyaan, dan ulasan pelanggan yang diperoleh melalui media sosial atau aplikasi pesan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki produk dan layanan. Dengan demikian, digitalisasi berperan dalam mendukung keberlanjutan usaha karena membantu pelaku UMKM menjaga hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kemampuan adaptasi, dan memperkuat posisi usaha dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Faktor Pendukung dan Penghambat Digitalisasi

Proses digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar dipengaruhi oleh kombinasi faktor yang memperkuat dan membatasi pemanfaatan teknologi digital. Faktor pendukung yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi kemudahan penggunaan media sosial, ketersediaan perangkat digital yang relatif terjangkau, pengalaman pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi sehari-hari, dukungan keluarga, serta adanya pelatihan dari lembaga pemerintah daerah. Faktor-faktor tersebut membantu pelaku UMKM mulai memanfaatkan teknologi digital untuk promosi, komunikasi pelanggan, transaksi, dan pengelolaan usaha. Beberapa informan menyatakan bahwa pelatihan dari Dinas Koperasi dan UMKM membantu mereka memahami dasar-dasar promosi digital dan penggunaan pembayaran digital.

Namun, proses digitalisasi masih menghadapi sejumlah hambatan. Hambatan utama yang ditemukan adalah keterbatasan literasi digital, kesulitan membuat konten promosi yang menarik, perubahan fitur aplikasi, jaringan internet yang belum stabil, serta kurangnya kepercayaan diri dalam menggunakan fitur digital lanjutan. Akibatnya, sebagian pelaku UMKM masih menggunakan teknologi digital pada fungsi dasar, seperti mengunggah produk, menerima pesanan, dan melakukan transaksi, sementara fitur yang lebih kompleks seperti iklan berbayar, analitik media sosial, dan perencanaan konten belum dimanfaatkan secara optimal.

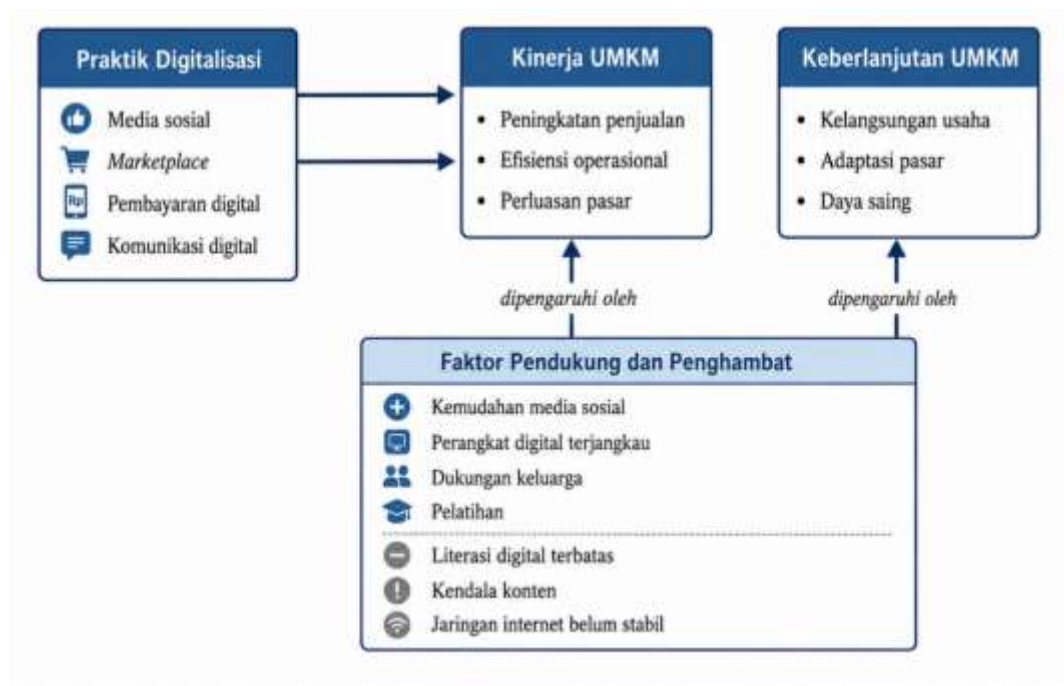
Tabel 6. Ringkasan Temuan Utama Penelitian

Fokus Temuan	Hasil Utama
Praktik digitalisasi	UMKM menggunakan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan aplikasi komunikasi untuk promosi, transaksi, dan pelayanan pelanggan.
Kinerja UMKM	Digitalisasi membantu meningkatkan penjualan, mempercepat transaksi, memperluas pasar, dan memperbaiki komunikasi dengan pelanggan.

Keberlanjutan UMKM	Digitalisasi mendukung kelangsungan usaha, adaptasi terhadap perubahan pasar, peningkatan daya saing, dan pemeliharaan hubungan pelanggan.
Faktor pendukung	Kemudahan media sosial, perangkat digital terjangkau, pengalaman penggunaan teknologi, dukungan keluarga, dan pelatihan pemerintah daerah.
Faktor penghambat	Literasi digital terbatas, kesulitan membuat konten, perubahan fitur aplikasi, jaringan internet belum stabil, dan rendahnya kepercayaan diri menggunakan fitur lanjutan.

Ringkasan Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi telah berperan dalam mendukung kinerja dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Takalar. Peran tersebut terlihat melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan komunikasi digital dalam aktivitas usaha. Digitalisasi membantu pelaku UMKM meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, mempercepat transaksi, meningkatkan interaksi pelanggan, serta memperkuat kemampuan usaha untuk bertahan dan beradaptasi. Namun, manfaat digitalisasi masih belum optimal karena pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan literasi digital, kendala pembuatan konten, akses internet yang belum stabil, dan kebutuhan pendampingan yang lebih berkelanjutan.



Gambar 1. Struktur Tematik Peran Digitalisasi terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Takalar

PEMBAHASAN

Praktik digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital masih berada pada tahap adaptasi awal. Media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan aplikasi komunikasi digunakan terutama untuk mendukung promosi, transaksi, pelayanan pelanggan, dan perluasan pasar. Digitalisasi belum sepenuhnya berkembang sebagai transformasi model bisnis yang kompleks, tetapi lebih banyak digunakan sebagai strategi praktis

untuk memenuhi kebutuhan operasional harian pelaku UMKM. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha cenderung memilih teknologi yang mudah diakses, murah digunakan, dan langsung memberikan manfaat bagi aktivitas usaha.

Temuan ini sejalan dengan (Eller et al., 2020; Vial, 2019) yang menegaskan bahwa transformasi digital pada usaha kecil berlangsung secara bertahap, dimulai dari penggunaan teknologi sederhana sebelum berkembang menuju integrasi digital yang lebih luas. Dalam konteks Kabupaten Takalar, digitalisasi dapat dipahami sebagai proses adaptasi usaha yang berorientasi pada promosi produk, penerimaan pesanan, komunikasi pelanggan, dan kemudahan transaksi. Dengan demikian, digitalisasi UMKM belum sepenuhnya menunjukkan perubahan struktural dalam model bisnis, tetapi telah menjadi pintu masuk penting bagi peningkatan efisiensi operasional dan perluasan pasar.

Penggunaan Praktik digitalisasi UMKM di Kabupaten Takalar memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi digital masih berada pada tahap adaptasi awal. Media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan aplikasi komunikasi digunakan terutama untuk mendukung promosi, transaksi, pelayanan pelanggan, dan perluasan pasar. Pada tahap ini, digitalisasi belum sepenuhnya berkembang sebagai transformasi model bisnis yang kompleks, tetapi lebih banyak berfungsi sebagai strategi praktis untuk memenuhi kebutuhan operasional harian pelaku UMKM. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha cenderung memilih teknologi yang mudah diakses, berbiaya rendah, dan dapat memberikan manfaat langsung bagi aktivitas usaha.

Temuan ini sejalan dengan (Eller et al., 2020; Vial, 2019) yang menjelaskan bahwa transformasi digital pada usaha kecil umumnya berlangsung secara bertahap, dimulai dari penggunaan teknologi sederhana sebelum berkembang menuju integrasi digital yang lebih luas. Dalam konteks Kabupaten Takalar, digitalisasi dapat dipahami sebagai proses adaptasi usaha yang berorientasi pada promosi produk, penerimaan pesanan, komunikasi pelanggan, dan kemudahan transaksi. Dengan demikian, digitalisasi UMKM belum menunjukkan perubahan struktural yang mendalam pada model bisnis, tetapi telah menjadi pintu masuk penting bagi peningkatan efisiensi operasional dan perluasan akses pasar.

Pemanfaatan sistem pembayaran digital, seperti QRIS, e-wallet, dan mobile banking, memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM tidak hanya terjadi pada aspek pemasaran, tetapi juga mulai masuk ke dalam proses transaksi dan administrasi usaha. Bagi informan, alat pembayaran digital membantu mempercepat proses pembayaran, mengurangi penggunaan uang tunai, serta membuat pencatatan transaksi menjadi lebih praktis. Selain itu, penggunaan WhatsApp dan media sosial memudahkan pelaku usaha dalam menyampaikan informasi mengenai pesanan, harga, ketersediaan produk, dan pengiriman kepada pelanggan.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa teknologi digital dapat mengubah aktivitas usaha yang berhubungan langsung dengan pelanggan sekaligus memperbaiki proses internal dan rutinitas bisnis (Syamsari, Ramaditya, et al., 2022; Vial, 2019). Dalam konteks UMKM, adopsi sistem pembayaran digital menjadi tahap awal penguatan proses bisnis karena teknologi tersebut dapat membantu pelaku usaha mengelola transaksi secara lebih cepat, aman, dan terdokumentasi. Temuan ini juga mendukung (Teng et al., 2022) yang menjelaskan bahwa transformasi digital dapat memperkuat kinerja UMKM ketika sumber daya digital dan keterampilan digital digunakan untuk memperbaiki proses.

Temuan mengenai kontribusi digitalisasi terhadap peningkatan penjualan menunjukkan bahwa platform digital membantu UMKM memperluas keterpaparan produk dan menciptakan peluang transaksi yang lebih sering. Informan menyampaikan adanya peningkatan jumlah pelanggan setelah menggunakan media sosial dan promosi digital, termasuk peningkatan pendapatan sekitar 30–40% pada salah satu informan dan peningkatan keuntungan hingga dua kali lipat pada informan lainnya. Meskipun angka tersebut merupakan data berdasarkan pengakuan informan dan perlu ditafsirkan secara hati-hati, informasi tersebut menunjukkan adanya perubahan positif yang dirasakan setelah adopsi digital. Studi terdahulu juga menunjukkan bahwa digitalisasi UKM dapat meningkatkan kinerja usaha ketika didukung oleh strategi digital, eksperimen model bisnis, dan responsivitas pasar (Bouwman et al., 2019; Eller et

al., 2020). Dengan demikian, promosi digital menjadi bernilai ketika digunakan secara konsisten untuk menghubungkan produk dengan segmen pelanggan yang lebih luas.

Digitalisasi juga mendukung efisiensi operasional karena membantu pelaku UMKM menerima pesanan, mengonfirmasi transaksi, mencatat pembayaran, dan berkomunikasi dengan pelanggan secara lebih praktis dibandingkan metode usaha konvensional. Penggunaan WhatsApp dan media sosial mempercepat penyampaian informasi terkait pesanan, harga, ketersediaan produk, serta proses pengiriman. Dalam konteks ini, digitalisasi berperan dalam memperbaiki rutinitas operasional dasar, meskipun pemanfaatannya masih terbatas pada aktivitas sehari-hari dan belum berkembang ke arah penggunaan teknologi yang lebih kompleks. Temuan tersebut sejalan dengan (Zhang et al., 2022), yang menekankan bahwa keberhasilan transformasi digital pada UMKM dipengaruhi oleh interaksi antara aspek teknologi, kesiapan organisasi, dan dukungan lingkungan. Hal ini juga mendukung (Eller et al., 2020), yang menjelaskan bahwa digitalisasi berkaitan dengan peningkatan kinerja UMKM ketika teknologi informasi, keterampilan pelaku usaha, dan strategi digital digunakan secara tepat. Dalam penelitian ini, peningkatan efisiensi terutama terlihat pada aktivitas operasional rutin, bukan pada penggunaan analitik digital atau otomatisasi usaha yang lebih maju.

Perluasan pasar yang dialami informan memperlihatkan bahwa media digital membantu pelaku UMKM menjangkau konsumen di luar lingkungan usaha terdekat. Sebelum menggunakan media digital, sebagian besar pelanggan informan berasal dari sekitar lokasi usaha. Setelah memanfaatkan media sosial dan marketplace, produk informan mulai dikenal oleh konsumen dari wilayah yang lebih luas, bahkan dalam beberapa kasus menjangkau pelanggan dari luar Kabupaten Takalar. Temuan ini sejalan dengan (Li et al., 2018) yang menjelaskan bahwa platform digital dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan sumber daya dan memperluas akses pasar. (Syamsari, Ramaditya, et al., 2022) juga menegaskan bahwa penggunaan teknologi digital memungkinkan UMKM menyesuaikan model bisnis dalam merespons perubahan lingkungan usaha. Dalam penelitian ini, perluasan pasar tidak terjadi melalui pembukaan cabang fisik, tetapi melalui peningkatan visibilitas digital dan komunikasi langsung dengan konsumen.

Dalam aspek keberlanjutan, digitalisasi membantu pelaku UMKM menjaga kelangsungan usaha melalui promosi berkelanjutan, komunikasi pelanggan, dan akses konsumen yang lebih luas. Informan memandang media sosial sebagai saluran yang memungkinkan usaha tetap terlihat oleh pelanggan meskipun kunjungan langsung ke lokasi usaha tidak selalu stabil. Temuan ini sejalan dengan (Guo et al., 2020) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat memperkuat kemampuan usaha dalam merespons tekanan lingkungan dan menjaga ketahanan usaha. (Philbin et al., 2022) juga menegaskan bahwa transformasi digital dapat mendukung keberlanjutan UMKM melalui peningkatan efisiensi, inovasi, dan kemampuan adaptasi. Dalam konteks Kabupaten Takalar, digitalisasi membantu pelaku UMKM mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan mengurangi ketergantungan pada pembeli lokal yang datang langsung ke lokasi usaha.

Digitalisasi mendorong pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar karena mereka mulai menyesuaikan konten promosi, tampilan produk, dan gaya komunikasi dengan tren media sosial serta preferensi pelanggan. Perilaku adaptif tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan aplikasi, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha untuk belajar, mengelola informasi pasar, dan menyesuaikan praktik bisnis. (Li et al., 2018) menjelaskan bahwa penguatan kapasitas kewirausahaan, pembelajaran manajerial, dan kemampuan mengonfigurasi ulang sumber daya menjadi bagian penting dalam proses transformasi digital UMKM. Sejalan dengan itu, (Scuotto et al., 2021) menekankan bahwa kemampuan digital individu berperan dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi usaha. Dalam penelitian ini, upaya informan dalam mempelajari pembuatan konten, mengikuti tren, dan merespons preferensi pelanggan menunjukkan bahwa digitalisasi juga merupakan proses pembelajaran usaha yang berlangsung secara bertahap.

Peningkatan daya saing UMKM melalui digitalisasi terlihat dari kemampuan pelaku usaha memperkuat identitas produk, meningkatkan kualitas layanan, dan merespons masukan

pelanggan secara lebih cepat. Platform digital memungkinkan informan menerima komentar, pertanyaan, dan ulasan pelanggan melalui media sosial maupun aplikasi pesan, kemudian menggunakan informasi tersebut sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki produk dan pelayanan. Temuan ini sejalan dengan (Scuotto et al., 2021), yang menjelaskan bahwa kemampuan digital individu dapat mendukung pertumbuhan dan inovasi usaha. (Teng et al., 2022) juga menegaskan bahwa transformasi digital dapat memperkuat kinerja UMKM melalui keterampilan digital, strategi digital, dan pemanfaatan sumber daya digital. Dalam konteks penelitian ini, daya saing tidak hanya dibangun melalui peningkatan visibilitas produk, tetapi juga melalui kemampuan pelaku usaha menjaga hubungan pelanggan secara responsif dan berkelanjutan.

Meskipun digitalisasi memberikan manfaat bagi UMKM, temuan penelitian menunjukkan bahwa dampaknya masih dibatasi oleh rendahnya literasi digital, kesulitan membuat konten promosi yang menarik, perubahan fitur aplikasi, serta akses internet yang belum stabil. Hambatan tersebut memperlihatkan bahwa ketersediaan teknologi saja belum cukup untuk menjamin keberhasilan digitalisasi. (Eller et al., 2020) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital pada UMKM perlu didukung oleh sumber daya teknologi informasi, keterampilan pelaku usaha, dan strategi digital yang sesuai. (Zhang et al., 2022) juga menegaskan bahwa kesiapan organisasi berperan penting dalam menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Sementara itu, (Gherhes et al., 2020) menekankan bahwa transformasi digital yang berkelanjutan membutuhkan arah pengembangan yang jelas, kesiapan internal, dan perbaikan secara berkelanjutan. Dalam konteks Kabupaten Takalar, hambatan yang dihadapi pelaku UMKM menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan alat digital dan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan kapasitas digital secara optimal.

Faktor pendukung yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi kemudahan penggunaan media sosial, ketersediaan perangkat digital yang relatif terjangkau, pengalaman pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi sehari-hari, dukungan keluarga, serta pelatihan dari pemerintah daerah. Faktor-faktor tersebut memperlihatkan bahwa proses digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada akses terhadap teknologi, tetapi juga pada dukungan lingkungan sekitar dan kesempatan pelaku usaha untuk belajar. (Kahveci, 2025) menjelaskan bahwa kesadaran digital, strategi digital, adopsi teknologi, dan perbaikan berkelanjutan merupakan unsur penting dalam mendukung transformasi digital UMKM. (Zhang et al., 2022) juga menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, kapasitas organisasi, dan dukungan lingkungan. Dalam konteks Kabupaten Takalar, dukungan keluarga dan pelatihan pemerintah membantu pelaku UMKM mengurangi keterbatasan kemampuan digital yang mereka hadapi dalam proses adaptasi usaha.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan keterampilan digital, mengelola konten, memahami kebutuhan pelanggan, dan menggunakan teknologi secara konsisten. Hal ini sejalan dengan (Vial, 2019) yang menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan proses ketika teknologi digital mendorong respons strategis dan perubahan organisasi. (Priyono et al., 2020) juga menegaskan bahwa transformasi digital membutuhkan dukungan aset, kapabilitas, struktur, dan ukuran kinerja yang sesuai. Dalam konteks UMKM, (Scuotto et al., 2021) menekankan bahwa kemampuan digital individu berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas digitalisasi sangat bergantung pada kemampuan manusia dalam memanfaatkan teknologi secara tepat dan berkelanjutan.

Secara konseptual, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa digitalisasi perlu dipahami sebagai proses adaptasi usaha, bukan sekadar penggunaan platform digital. Manfaat digitalisasi terlihat ketika teknologi terintegrasi dengan aktivitas pemasaran, transaksi, pelayanan pelanggan, dan strategi keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan (Bouwman et al., 2019), yang menjelaskan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan kinerja UMKM ketika didukung oleh inovasi model bisnis dan strategi implementasi yang tepat. (Priyono et al., 2020) juga menegaskan bahwa teknologi digital memungkinkan UMKM menyesuaikan model bisnisnya dalam merespons

tekanan lingkungan. Dalam penelitian ini, integrasi media sosial, pembayaran digital, marketplace, dan komunikasi pelanggan menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi bagian dari proses adaptasi usaha yang membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan menjaga keberlanjutan usaha.

Secara praktis, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memerlukan pendampingan berkelanjutan dalam pembuatan konten, pengelolaan akun bisnis, pemanfaatan marketplace, pencatatan transaksi digital, dan penggunaan fitur digital lanjutan. Program pelatihan tidak cukup hanya memperkenalkan platform digital, karena sebagian informan masih menghadapi kendala dalam menjaga konsistensi konten, mengikuti perubahan fitur aplikasi, dan membangun kepercayaan diri dalam menggunakan alat digital yang lebih kompleks. Mick et al. (2024) menekankan bahwa transformasi digital UMKM memerlukan kesiapan, arah pengembangan, dan perbaikan berkelanjutan. (Kahveci, 2025) juga menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM membutuhkan proses pembelajaran yang terus-menerus, bukan hanya adopsi teknologi satu kali. Oleh karena itu, pendampingan digitalisasi UMKM sebaiknya dirancang sebagai proses penguatan kapasitas yang berkesinambungan.

Bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM, hasil penelitian ini menegaskan perlunya program digitalisasi yang lebih kontekstual dan berorientasi pada kebutuhan pelaku usaha, bukan sekadar pelatihan umum mengenai penggunaan platform digital. Bentuk intervensi dapat diarahkan pada penguatan keterampilan digital marketing, fotografi produk, pembuatan video pendek, optimalisasi marketplace, pencatatan keuangan digital, serta pengelolaan data pelanggan. (Kurniawati et al., 2021) menjelaskan bahwa UMKM di Indonesia masih menghadapi variasi tingkat adopsi teknologi dan kemampuan adaptasi digital. (Guo et al., 2020) juga menegaskan bahwa digitalisasi dapat memperkuat kapasitas respons UMKM apabila didukung oleh kemampuan strategis dan operasional yang sesuai. Dengan demikian, kebijakan digitalisasi UMKM lokal perlu dirancang melalui kombinasi pelatihan, pendampingan teknis, dukungan infrastruktur, dan bimbingan yang selaras dengan karakteristik usaha.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa digitalisasi berkontribusi terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Takalar, tetapi manfaatnya sangat bergantung pada kesiapan pelaku usaha, dukungan lingkungan, serta kemampuan mengatasi hambatan digitalisasi. Digitalisasi membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualan, memperbaiki efisiensi operasional, memperluas pasar, menjaga kelangsungan usaha, beradaptasi terhadap perubahan pasar, dan memperkuat daya saing. Namun, manfaat tersebut masih dibatasi oleh literasi digital yang belum merata, keterampilan membuat konten yang terbatas, akses internet yang belum stabil, serta kebutuhan pendampingan yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan (Philbin et al., 2022), yang menjelaskan bahwa transformasi digital dapat mendukung keberlanjutan UMKM melalui efisiensi, inovasi, dan kapasitas adaptasi. Selain itu, (Gherhes et al., 2020) serta (Teng et al., 2022) menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital bergantung pada keterampilan, sumber daya, strategi, dan perbaikan berkelanjutan. Dengan demikian, digitalisasi UMKM di wilayah lokal perlu dipahami sebagai proses penguatan kapasitas secara bertahap, bukan sekadar penggunaan alat digital secara satu kali.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran digitalisasi dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Takalar, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam mendukung aktivitas usaha pelaku UMKM yang diteliti. Digitalisasi diwujudkan melalui penggunaan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi tersebut membantu pelaku UMKM melakukan promosi secara lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, mempercepat komunikasi dengan pelanggan, serta mempermudah proses transaksi usaha.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa digitalisasi memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM, terutama melalui peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan perluasan jangkauan pasar. Media sosial dan platform digital membantu pelaku usaha

menjangkau konsumen di luar lingkungan terdekat, sedangkan pembayaran digital dan aplikasi komunikasi mendukung kelancaran transaksi serta pelayanan pelanggan secara lebih cepat dan praktis. Selain itu, digitalisasi juga mendukung keberlanjutan usaha karena membantu pelaku UMKM menjaga hubungan dengan pelanggan, menyesuaikan strategi pemasaran dengan perubahan pasar, dan memperkuat daya saing usaha.

Meskipun demikian, pemanfaatan digitalisasi oleh UMKM di Kabupaten Takalar masih menghadapi sejumlah hambatan, terutama keterbatasan literasi digital, kesulitan dalam membuat konten promosi, perubahan fitur aplikasi, serta kualitas jaringan internet yang belum sepenuhnya stabil. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak cukup hanya ditopang oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga memerlukan peningkatan kapasitas pelaku usaha, pendampingan teknis yang berkelanjutan, dan dukungan infrastruktur digital yang lebih memadai.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pemerintah daerah, Dinas Koperasi dan UMKM, serta lembaga pendamping perlu memperkuat program pengembangan UMKM berbasis digital secara lebih terarah. Program tersebut dapat diarahkan pada pelatihan praktis, pendampingan pembuatan konten, optimalisasi marketplace, penggunaan pembayaran digital, serta peningkatan kualitas infrastruktur internet. Selain itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan literasi digital dan konsistensi dalam menggunakan teknologi agar digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pengembangan dan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang masih terbatas serta cakupan sektor usaha yang hanya berfokus pada kuliner dan ritel barang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai gambaran empiris mengenai pengalaman pelaku UMKM terpilih dalam memanfaatkan digitalisasi, bukan sebagai representasi seluruh UMKM di Kabupaten Takalar. Penelitian berikutnya disarankan melibatkan jumlah informan yang lebih banyak, mencakup sektor usaha yang lebih beragam, serta mempertimbangkan penggunaan pendekatan campuran agar hubungan antara digitalisasi, kinerja, dan keberlanjutan UMKM dapat dijelaskan secara lebih mendalam dan komprehensif.

Referensi :

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Takalar. (2025). *Kabupaten Takalar dalam angka 2025*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Takalar. <https://takalarkab.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/08cc1f1b9c12ca9da0bf99f7/kabupaten-takalar-dalam-angka-2025.html>
- Bank Indonesia. (2025). *QRIS Jelajah Indonesia 2025 dorong digitalisasi dengan wisata budaya*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2717025.aspx
- Becker, W., & Schmid, O. (2020). The right digital strategy for your business: an empirical analysis of the design and implementation of digital strategies in SMEs and LSEs. *Business Research*, 13(3), 985–1005. <https://doi.org/10.1007/S40685-020-00124-Y>
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Dachyar, M., Pratama, N. R., Park, J., & Chang, Y. (2023). E-Commerce Technologies Adoption Strategy Selection in Indonesian SMEs Using the Decision-Makers, Technological,

- Organizational and Environmental (DTOE) Framework. *Sustainability*, 15(12), 9361. <https://doi.org/10.3390/su15129361>
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research*, 112, 119–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>
- Fabian, N. E., Dong, J. Q., Broekhuizen, T., & Verhoef, P. C. (2023). Business value of SME digitalisation: when does it pay off more? *European Journal of Information Systems*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/0960085x.2023.2167671>
- Farida, F. A., Hermanto, Y. B., Paulus, A. L., & Leylasari, H. T. (2022). Strategic Entrepreneurship Mindset, Strategic Entrepreneurship Leadership, and Entrepreneurial Value Creation of SMEs in East Java, Indonesia: A Strategic Entrepreneurship Perspective. *Sustainability*, 14(16), 10321. <https://doi.org/10.3390/su141610321>
- Gao, J., Siddik, A. B., Abbas, S. K., Hamayun, M., Masukujjaman, Md., & Alam, S. S. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability*, 15(2), 1594. <https://doi.org/10.3390/su15021594>
- Gherhes, C., Vorley, T., & Brooks, C. (2020). The “additional costs” of being peripheral: developing a contextual understanding of micro-business growth constraints. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), 59–84. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2019-0091>
- Guo, H., Yang, Z., Huang, R., & Guo, A. (2020). The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China*, 14, 19. <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1>
- Kádárová, J., Lachvajderová, L., & Sukopova, D. (2023). Impact of Digitalization on SME Performance of the EU27: Panel Data Analysis. *Sustainability*, 15(13), 9973. <https://doi.org/10.3390/su15139973>
- Kahveci, E. (2025). Digital transformation in SMEs: Enablers, interconnections, and a framework for sustainable competitive advantage. *Administrative Sciences*, 15(3), 107. <https://doi.org/10.3390/admsci15030107>
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Kurniawati, E., Idris, I., Handayati, P., & Osman, S. (2021). Digital transformation of MSMEs in Indonesia during the pandemic. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 316–331. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2\(21\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2(21))
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>

- Melo, I. C., Junior, P. N. A., Queiroz, G. A., Yushimito, W. F., & Pereira, J. (2023). Do We Consider Sustainability When We Measure Small and Medium Enterprises' (SMEs') Performance Passing through Digital Transformation? *Sustainability*, 15(6), 4917. <https://doi.org/10.3390/su15064917>
- Omran, N., Rejeb, N., Maalaoui, A., Dabić, M., & Kraus, S. (2022). Drivers of Digital Transformation in SMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 1-14. <https://doi.org/10.1109/tem.2022.3215727>
- Pellegrino, A. B. W., & Abe, M. (2023). Leveraging Social Media for SMEs: Findings from a Bibliometric Review. *Sustainability*, 15(8), 7007. <https://doi.org/10.3390/su15087007>
- Philbin, S., Viswanathan, R., & Telukdarie, A. (2022). Understanding how digital transformation can enable SMEs to achieve sustainable development: A systematic literature review. *Small Business International Review*, 6(1), e473. <https://doi.org/10.26784/sbir.v6i1.473>
- Portal Satu Data Kabupaten Takalar. (2026). *Jumlah perizinan berusaha berdasarkan skala usaha per kecamatan Triwulan I*. Pemerintah Kabupaten Takalar. <https://satudata.takalarkab.go.id/detail/ds-6a0295eb661fa>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Saad, N. Ah., Elgazzar, S., & Kač, S. M. (2022). Investigating the Impact of Resilience, Responsiveness, and Quality on Customer Loyalty of MSMEs: Empirical Evidence. *Sustainability*, 14(9), 5011. <https://doi.org/10.3390/su14095011>
- Scuotto, V., Nicotra, M., Del Giudice, M., Krueger, N., & Gregori, G. L. (2021). A microfoundational perspective on SMEs' growth in the digital transformation era. *Journal of Business Research*, 129, 382-392. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.045>
- Syamsari, Maarif, M. S., Anggraeni, E., & Amanah, S. (2022). Disorders faced, strategies of survival, and characteristics of MSME entrepreneurs in the fisheries sector in the era of uncertainty. *Journal of Business and Management Studies*, 4(3), 164-169. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.3.15>
- Syamsari, S., Ramaditya, M., Andriani, I., & Puspitasari, A. (2022). Selecting Priority Policy Strategies for Sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises in Takalar Regency. *Sustainability*, 14(23), 15791. <https://doi.org/10.3390/su142315791>
- Teng, X., Wu, Z., & Yang, F. (2022). Research on the Relationship between Digital Transformation and Performance of SMEs. *Sustainability*, 14(10), 6012. <https://doi.org/10.3390/su14106012>
- Trieu, H. D. X., Nguyen, P. V., & Tran, K. T. (2023). Information technology capabilities and organizational ambidexterity facilitating organizational resilience and firm performance of SMEs. *Asia-Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.03.004>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

- Vrontis, D., Chaudhuri, R. R., & Chatterjee, S. (2022). Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Sustainability*, 14(13), 7949. <https://doi.org/10.3390/su14137949>
- Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159, 113755. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>
- Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on Successful Factors and Influencing Mechanism of the Digital Transformation in SMEs. *Sustainability*, 14(5), 2549. <https://doi.org/10.3390/su14052549>