

STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI

Gisheilla Evangeulista¹⁾ Alferina Agustin²⁾ Guntur Pramana Edy Putra³⁾ Destiana
Tunggal Pramesti⁴⁾ Harries Madiistriyatno⁵⁾

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾ Mahasiswa Magister Manajemen, Universitas Paramadina Jakarta

⁵⁾ Dosen Magister Manajemen, Universitas Paramadina Jakarta

gisheilla.evangeulista@students.paramadina.ac.id

Abstract

Digitalisasi menjadi kebutuhan penting bagi UMKM agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Implementasi transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, pendapatan, dan mengubah budaya organisasi menjadi lebih adaptif terhadap perubahan. Namun, proses digitalisasi UMKM juga memiliki kompleksitas, tantangan, dan risiko yang perlu diperhatikan dengan baik. Kegagalan dalam transformasi digital dapat berdampak merugikan UMKM karena membutuhkan investasi yang signifikan dalam hal sumber daya dan kompetensi. Oleh karena itu, UMKM perlu mengidentifikasi strategi digitalisasi yang tepat untuk meminimalkan risiko kegagalan dan mencapai keberhasilan dalam transformasi digital. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi digitalisasi yang dapat membantu UMKM dalam menghadapi era disruptif. Penelitian ini melibatkan tinjauan terhadap 15 studi terkait faktor-faktor pendukung strategi digitalisasi UMKM. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi kepada UMKM yang ingin melakukan digitalisasi dengan tingkat keberhasilan tinggi yaitu dengan menjaga bisnis diperbarui dengan teknologi, mengoptimalkan konten melalui praktik SEO, memanfaatkan platform media sosial, menggunakan alat analisis, menerapkan teknologi keuangan dan digitalisasi SDM, memastikan infrastruktur digital yang berkualitas, mengadopsi literasi digital dan melatih karyawan tentang e-commerce, memperluas jaringan internet, meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial, mengoptimalkan teknologi yang mendukung praktik ramah lingkungan, kolaborasi dengan pihak eksternal dan memanfaatkan dukungan pemerintah, dan belajar secara berkelanjutan. dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut dan menerapkan strategi digitalisasi yang sesuai, UMKM dapat mencapai keberhasilan dalam era digital yang maju dan tetap bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Keywords : UMKM, Digitalisasi, Strategi UMKM

Pendahuluan

Era Industri 4.0 memicu adanya tren transformasi digital yang signifikan. Keberlanjutan perekonomian suatu negara menjadi penting dalam menghadapi tantangan di era globalisasi yang didorong oleh arus informasi yang cepat (Javaria et al., 2020).

Transformasi digital ini berkontribusi pada inovasi, produktivitas, efisiensi, dan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan akses terhadap informasi, pengetahuan, dan data (OECD, 2017). Salah satu tren yang mencolok adalah peralihan besar-besaran tenaga kerja manusia menjadi mesin atau otomatisasi proses, yang menjadi fenomena global yang signifikan. Sebagai parameter dominan di era ini, internet sebagai teknologi baru memiliki pengaruh yang sangat besar dalam transformasi digital, terutama dalam konteks keberlanjutan ekonomi digital.

Konsep ekonomi digital diterjemahkan dan diimplementasikan dalam bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada teknologi informasi dan internet. Konsistensi ekonomi digital tercermin dalam persaingan yang semakin meningkat antara industri besar yang mengandalkan teknologi informasi. Perang dagang antara perusahaan-perusahaan besar di Amerika Serikat seperti Microsoft, Apple, Amazon, Facebook, dan sejenisnya dengan perusahaan-perusahaan besar di Asia seperti Alibaba, Samsung, Weibo, Grab, dan Gojek semakin tidak dapat dihindari (UNCTAD, 2019).

Persaingan di bidang teknologi dan informasi juga berdampak pada

tingkat persaingan di kawasan ASEAN, termasuk Indonesia. Menurut data, terdapat penambahan 125.000 pengguna internet baru di kawasan ASEAN (Mahmood, 2018). Dampaknya, sekitar 160 juta penduduk Indonesia terpengaruh oleh tren transformasi digital, di mana 124% dari mereka mengakses internet melalui perangkat seluler (We Are Social, 2020). Untuk menghadapi dunia yang terglobalisasi dan terdigitalisasi, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk membahas pembangunan berkelanjutan UMKM (Mukhoryanova et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan tinjauan komprehensif terhadap penelitian yang telah ada mengenai strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. Lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penelitian yang sudah ada, mengidentifikasi tren terkini, dan memberikan gambaran secara umum tentang topik penelitian terbaru mengenai digitalisasi dalam konteks manajemen dan bisnis. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan evaluasi tematik berdasarkan literatur manajemen dan bisnis yang relevan. Kontribusi dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang transformasi digital dalam konteks manajemen dan bisnis, serta memberikan informasi mengenai perkembangan terkini dalam bidang tersebut.

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang diperoleh terdapat perbedaan-perbedaan dalam strategi digitalisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Rawat et al., (2022) menjelaskan bahwa strategi digitalisasi yang dapat

diterapkan yaitu dengan memperbarui bisnis dengan teknologi, mengoptimalkan konten melalui praktik SEO, dan memanfaatkan platform media sosial. Magd & Jonathan (2022) menyebutkan bahwa strategi digitalisasi UMKM yaitu dengan fokus pada perubahan kebijakan, meningkatkan produktivitas karyawan, menciptakan kepuasan pelanggan dan operasional yang efisien.

Mohamad Azhar & Mohd Shakil (2021) menyebutkan bahwa dengan memastikan infrastruktur digital yang berkualitas, melibatkan UMKM dalam diskusi mengenai program pemerintah dan intensif yang tersedia, serta memperluas insentif digitalisasi untuk seluruh UMKM yang berminat. Kurniawati et al., (2021) menyebutkan strategi yang diterapkan yaitu pendidikan literasi digital bagi UMKM, pelatihan dan pendampingan *e-commerce*, optimalisasi peran UPL-UMKM, dan perluasan jaringan internet.

Hervé et al., (2020) menjelaskan bahwa strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan mengadopsi platform digital, ekspansi pasar yang strategis, mengoptimalkan sumber daya internal. Astadi et al., (2022) menentukan bahwa strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan menerapkan konsep GE, menerapkan digitalisasi, dan memanfaatkan dukungan intensif pemerintah.

Kwarteng et al., (2022) menyebutkan strategi yang dapat di terapkan yaitu meningkatkan fitur kinerja teknologi digital, menyediakan infrastruktur, meningkatkan tekanan persaingan. Kumar et al., (2022) menjelaskan bahwa stratefi yang dapat digunakan yaitu mendukung manajemen puncak,

mengadopsi teknologi digital yang mendukung, meningkatkan kepuasan pelanggan dan penyelesaian keluhan. Sedangkan penelitian Rupeika-Apoga & Petrovska (2022) menyebutkan bahwa strategi yang dapat di terapkan yaitu dengan mengatasi masalah keamanan TI, mengembangkan keterampilan digital, mengatasi retensi terhadap perubahan, dan menagadopsi transformasi digital dan ramah lingkungan.

Selain strategi, terdapa faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM menurut penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Cueto et al., (2022) dan Abdi et al., (2022), Shetty et al., (2022) dan Bruce et al., (2023) menemukan bahwa faktor yang memengaruhi digitalisasi pada UMKM adalah motivasi intrinsik, pengetahuan TIK dan penggunaan actual pemasaran digital. Penelitian Agarwal & Ojha (2022) menyebutkan bahwa dukungan manajemen puncak, biaya transisi reorientasi budaya, dan digitalisasi sistem merupakan faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM. Dari hal tersebut terdapat perebedaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM dari penelelitian-penelitian sebelumnya, hal ini dikarenakan lokasi penelitian yang berbeda dan karakteristik UMKM yang berbeda.

Penelitian ini akan mengikuti struktur yang terdiri dari pengenalan konsep transformasi digital dan manajemen strategis. Selanjutnya, akan disajikan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini serta proses pemilihan literatur yang relevan. Hasil penelitian akan dipresentasikan secara terperinci, diikuti dengan kesimpulan

yang menggambarkan temuan-temuan penelitian.

Tinjauan Pustaka

UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan dengan berbeda di setiap litetur menurut beberapa lembaga atau instansi bahkan undang-undang. Berdasarkan UU No.20 tahun 2008 tentang UMKM, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro yang diatur dalam peraturan undang-undang ini.
2. Usaha Kecil merupakan jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dan memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil yang diatur dalam peraturan undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dan memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan undang-undang ini.

Digitalisasi UMKM

Kemajuan teknologi digital, seperti smartphone nirkabel, internet, aplikasi

web, aplikasi seluler, dan media sosial, telah mendorong perkembangan bisnis digital yang inklusif. Kehadiran teknologi digital memberikan akses yang lebih mudah bagi korporasi yang berkembang dan juga bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja bisnis dan membangun ketahanan bisnis di era new normal. Teknologi digital memberikan peluang berharga bagi UMKM untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam industri yang sangat kompetitif saat ini. Penting bagi UMKM karena sektor ini diakui sebagai sektor ekonomi yang esensial bagi stabilitas dan daya saing perekonomian suatu negara (Pimoljinda & Siriprasertchok, 2018). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan besar, seperti keterbatasan akses keuangan, keterampilan manajemen yang kurang, keterbatasan akses teknologi terbaru, dan hubungan yang tidak menguntungkan dengan perusahaan besar. Selain itu, penetrasi teknologi digital juga telah mendorong munculnya model bisnis baru yang dikenal sebagai ekonomi berbagi. Model bisnis ini memungkinkan alokasi sumber daya di berbagai sektor, seperti pariwisata, perhotelan, layanan keuangan, dan transportasi, melalui platform online (Puschmann & Alt, 2016).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode literatur review sebagai metodologi penelitian menggunakan teori dari Kitchenham & Charters (2007). Pada penelitian ini dilakukan proses indentifikasi pada studi yang berkaitan dengan topik. Berikut tahapan metodologi penelitian:

Merumuskan Masalah

Tujuan tinjauan literatur pada penelitian ini yakni mengetahui strategi

apa saja yang dapat UMKM terapkan dalam menghadapi digitalisasi dengan tingkat keberhasilan yang tinggi. Cara merumuskan beberapa masalah pada penelitian ini yaitu:

- Strategi apa yang dapat UMKM gunakan dalam menghadapi digitalisasi?
- Faktor apa saja yang memengaruhi digitalisasi pada UMKM?

Mencari Literatur

Fokus dari penelitian ini adalah pencarian literatur berupa hasil penelitian yang dipublikasikan oleh jurnal. Pada proses pencarian yaitu dengan memasukkan *keyword* yang berkaitan dengan masalah penelitian dan tujuan penelitian ini.

Beberapa jurnal internasional digunakan untuk memperoleh hasil penelitian dan konferensi yang sudah dipublikasikan. Kata kunci pada proses pencarian literatur adalah “*MSMEs Strategy In Dealing With Digitalization*”, “*MSME digitalization strategy*”.

Tabel 1. Hasil Pencarian Literatur Dengan Kata Kunci

Kata Kunci	ProQuest	EBSCOhost	emerald
<i>MSMEs Strategy In Dealing With Digitalization</i>	911	24	11
<i>Digital Transformation Strategies</i>	1998	93	102

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Peneliti menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi untuk menyaring studi yang memenuhi kriteria inklusi dan

menghapus studi yang tidak memenuhi kriteria tersebut:

1) Inklusi

- Tahun publikasi jurnal pada rentang 2018-2023
- Studi sesuai dengan rumusan masalah penelitian

2) Eksklusi

- Studi tidak memiliki hubungan dengan topik penelitian ini
- Buku
- Tahun publikasi jurnal di bawah tahun 2017.

Pemilihan Studi

Pada tahap ini, dilakukan analisis dan evaluasi ulang terhadap paper yang telah dikumpulkan untuk memilih paper penelitian yang sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan.

Tabel 2. Hasil Pencarian Literatur Dengan Kata Kunci

Kata Kunci	Kandidat	Terpilih
ProQuest	7	5
EBSCOhost	8	6
emerald	5	4

Dengan melakukan proses seleksi, terpilih 15 paper yang digunakan. Dari jumlah tersebut, 5 paper ditemukan melalui ProQuest, 6 paper ditemukan melalui EBSCOhost, dan 4 paper ditemukan melalui emerald.

Melakukan Analisis

Melalui pengumpulan hasil temuan yang berkaitan dengan transformasi digital dan strategi manajemen, tahapan analisis dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Selanjutnya, proses klasifikasi dan pengelompokan *paper* berdasarkan pembahasan. Pengelompokan *paper*

dibagi ke dalam: 1. Strategi UMKM menghadapi digitalisasi. 2. Faktor apa memengaruhi digitalisasi pada UMKM.

PEMBAHASAN

Strategi Yang UMKM Gunakan Dalam Menghadapi Digitalisasi

UMKM juga menyadari pentingnya digitalisasi dalam menghadapi era disruptif dan mempertahankan keberlangsungan bisnis mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Meskipun ada berbagai strategi digitalisasi yang dapat diterapkan, setiap UMKM perlu menyesuaikannya dengan kebutuhan dan kondisi bisnis mereka.

Penelitian mengenai digitalisasi UMKM terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya transformasi digital dalam bisnis. UMKM dari segala skala dan sektor semakin memahami bahwa digitalisasi menjadi kunci untuk dapat bersaing dan bertahan di era yang penuh dengan perubahan ini. Namun, implementasi digitalisasi bukanlah hal yang mudah bagi UMKM. Mereka harus mempertimbangkan berbagai faktor agar dapat menghindari kegagalan yang dapat berdampak negatif pada bisnis mereka.

Berbagai strategi digitalisasi yang dapat dilakukan oleh UMKM termasuk menjaga bisnis mereka selalu diperbarui dengan teknologi, mengoptimalkan konten melalui praktik SEO terbaik, memanfaatkan platform media sosial yang efektif secara biaya untuk membangun merek dan mempromosikan produk, menggunakan alat analisis seperti Google Analytics, menerapkan teknologi keuangan (Financial

Technology) dan digitalisasi sumber daya manusia, serta memastikan adanya infrastruktur digital yang berkualitas dan terjangkau. Selain itu, penting juga untuk mengadopsi literasi digital, melatih dan memberikan pendidikan tentang e-commerce, memperluas jaringan internet, meningkatkan kesadaran akan isu-isu kinerja sosial, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital yang mendukung praktik ramah lingkungan (green practices). Selain itu, kolaborasi dengan pihak eksternal, memanfaatkan dukungan pemerintah dan insentif yang tersedia, serta belajar secara berkelanjutan dan melakukan penyesuaian terus menerus juga merupakan faktor penting dalam strategi digitalisasi UMKM.

Perlu diperhatikan bahwa setiap strategi tersebut sesuai dengan negara yang disebutkan dan hasil penelitian yang telah dilakukan pada konteks spesifiknya. Oleh karena itu, strategi yang paling tepat untuk UMKM dapat bervariasi tergantung pada negara dan situasi yang berbeda.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Yang Memengaruhi Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM menjadi solusi yang penting dalam menghadapi era disruptif saat ini. Terdapat banyak faktor yang mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi, termasuk permintaan pelanggan, persaingan dengan pesaing, inovasi produk dan layanan, nilai tambah yang dapat diberikan, dan pemanfaatan data secara efektif. Penelitian seputar digitalisasi UMKM semakin meningkat dan mencakup berbagai faktor yang

memengaruhi digitalisasi, strategi yang digunakan, dan keterampilan yang diperlukan dalam menghadapinya. Setiap faktor tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap proses bisnis di dalam UMKM. Berikut adalah beberapa studi yang berkaitan dengan faktor-faktor digitalisasi UMKM.

Kesuksesan digitalisasi UMKM tergantung pada beberapa faktor utama. Faktor-faktor tersebut meliputi keterampilan teknologi informasi (IT), keterampilan manajemen personalia, transaksi online, ketersediaan teknologi berkualitas, teknologi dan tema yang relevan dengan organisasi, lingkungan dan tema yang relevan, harapan dan tema yang relevan, sikap, kendali perilaku yang dirasakan, norma subjektif, niat perilaku, penggunaan nyata pemasaran digital, kenyamanan pembayaran, profitabilitas, gender dan program pelatihan, ukuran bisnis dan gender, pelatihan yang disponsori pemerintah, sektor bisnis, tingkat pengalaman, dukungan manajemen puncak, sumber daya yang tidak kompatibel, biaya transisi, perubahan budaya, kemampuan IT dan digitalisasi sistem, otomatisasi proses, pengetahuan dan keterampilan industri 4.0, kemampuan konektivitas IT, teknologi yang ramah pengguna, motivasi intrinsik, pengetahuan TIK, kesiapan untuk digitalisasi dalam UMKM kuliner, dan faktor-faktor lain yang relevan.

Penting bagi UMKM untuk memperhatikan faktor-faktor ini dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam digitalisasi. Dalam hal ini, peningkatan keterampilan digital, dukungan

manajemen puncak, adaptasi budaya organisasi, pemahaman yang baik tentang teknologi yang digunakan, dan kesiapan untuk berubah adalah beberapa langkah penting yang dapat diambil.

Dengan memperhatikan faktor-faktor ini dan mengimplementasikan strategi yang sesuai, UMKM dapat mencapai keberhasilan dalam proses digitalisasi dan tetap bersaing di era yang semakin digital ini.

KESIMPULAN

Dalam menghadapi digitalisasi, UMKM perlu menerapkan berbagai strategi yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan mereka. Strategi-strategi tersebut mencakup menjaga bisnis diperbarui dengan teknologi, mengoptimalkan konten melalui praktik SEO, memanfaatkan platform media sosial, menggunakan alat analisis, menerapkan teknologi keuangan dan digitalisasi sumber daya manusia, serta memastikan infrastruktur digital yang berkualitas. Selain itu, penting untuk mengadopsi literasi digital, melatih karyawan tentang e-commerce, memperluas jaringan internet, meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial, dan mengoptimalkan teknologi yang mendukung praktik ramah lingkungan. Kolaborasi dengan pihak eksternal, memanfaatkan dukungan pemerintah, dan belajar secara berkelanjutan juga merupakan faktor penting.

Kesuksesan digitalisasi UMKM ditentukan oleh berbagai faktor seperti keterampilan IT, keterampilan manajemen personalia, transaksi online, keberadaan teknologi berkualitas, dan faktor-faktor lainnya yang relevan

dengan konteks spesifik. Oleh karena itu, UMKM perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam digitalisasi. Peningkatan keterampilan digital, dukungan manajemen puncak, adaptasi budaya organisasi, pemahaman teknologi yang baik, dan kesiapan untuk berubah adalah beberapa langkah penting yang dapat diambil.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut dan menerapkan strategi digitalisasi yang sesuai, UMKM dapat mencapai keberhasilan dalam menghadapi era digital yang semakin maju dan tetap bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Daftar Pustaka

- Abdi, R., Suharti, L., Usmanij, P., & Ratten, V. (2022). The MSMEs Digital Readiness in Indonesia: A Test of Moderating Effect of Intrinsic Motivation and ICT Knowledge. *Strategic Entrepreneurial Ecosystems and Business Model Innovation*, 155–180. <https://doi.org/10.1108/978-1-80382-137-520221010>
- Agarwal, A., & Ojha, R. (2022). Prioritising the determinants of Industry-4.0 for implementation in MSME in the post-pandemic period – a quality function deployment analysis. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2022-0204>
- Astadi, P., Kristina, S., Retno, S., Yahya, P., & Agni Alam, A. (2022). The long path to achieving green economy performance for micro small medium enterprise. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00209-4>
- Bruce, E., Shurong, Z., Ying, D., Yaqi, M., Amoah, J., & Egala, S. B. (2023). The Effect of Digital Marketing Adoption on SMEs Sustainable Growth: Empirical Evidence from Ghana. *Sustainability*, 15(6), 4760. <https://doi.org/10.3390/su15064760>
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/admsci12010008>
- Eze, S. C., Chinedu-Eze, V. C., Awa, H. O., & Alharthi, R. H. E. (2021). Factors stimulating value micro-businesses attribute to digital marketing technology (DMT) adoption. *PLoS ONE*, 16(12 December). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260145>
- Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2020). Digitalization, Entrepreneuria. *Technology Innovation Management Review*, 10(4).
- Javaria, K., Masood, O., & Garcia, F. (2020). Strategies to manage the risks faced by consumers in developing e-commerce. *Insights into Regional Development*, 2(4),

- 774–783.
<https://doi.org/10.9770/ird.2020.2.4>
(4)
- Kitchenham, B., & Charters, S. M. (2007). *Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering EBSE Technical Report EBSE-2007-01 Software Engineering Group School of Computer Science and Ma. October 2021.*
- Kumar, R., Rehman, U. U., & Phanden, R. K. (2022). Strengthening the social performance of Indian SMEs in the digital era: a fuzzy DEMATEL analysis of enablers. *TQM Journal*.
<https://doi.org/10.1108/TQM-06-2022-0193>
- 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)
- Kwarteng, M. A., Ntsiful, A., Fernando, L., & Diego, P. (2022). Extending UTAUT with competitive pressure for SMEs digitalization adoption in two European nations : a multi-group analysis. *Emerald*.
<https://doi.org/10.1108/AJIM-11-2022-0482>
- Magd, H., & Jonathan, H. (2022). Digitalization - An Emerging Business Trend for Sustainable Transformation of SMEs Sectors: A Proposed Model for Survival and Sustainability in Uncertainties. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 14(2), 51–65.
- Mahmood, I. P. (2018). *7 key challenges for the future of ASEAN*. World Economic Forum.
<https://www.weforum.org/agenda/2018/08/7-challenges-to-business-in-the-asean-region-and-how-to-solve-them/>
- Mohamad Azhar, N. A. Z., & Mohd Shakil, N. S. (2021). The Intervention of Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Malaysia ' s Digital Economy. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 13(4), 312–322.
- Mukhoryanova, O., Kuleshova, L., Rusakova, N., & Mirgorodskaya, O. (2021). Sustainability of micro-enterprises in the digital economy. *E3S Web of Conferences*, 250.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125006008>
- OECD. (2017). *Going Digital: Making the Transformation Work for Growth and Well-Being*. In *OECD Publishing*.
https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-4_EN.pdf
- Pimoljinda, T., & Siriprasertchok, R. (2018). SMEs development and ASEAN economic integration: An analysis of Singapore and Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(1), 507–518.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing economy. *Business and Information Systems Engineering*, 58(1), 93–99.
<https://doi.org/10.1007/s12599-015-0420-2>
- Rawat, R. S., Kothari, H. C., & Chandra,

- D. (2022). Role of the Digital Technology in accelerating the growth of micro, small and medium enterprises in Uttarakhand: Using TAM (Technology Acceptance Model). *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 21(2), 205–227. https://doi.org/10.1386/tmsd_00057_1
- Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K. (2022). Barriers to Sustainable Digital Transformation in Micro-, Small-, and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013558>
- Shetty, S. K., Spulbar, C., Birau, R., & Ninulescu, V. (2022). Assessing the impact of digitalization on Micro, Small and Medium Enterprises in India. *Revista de Științe Politice. Revue Des Sciences Politiques*, 75, 101–115.
- UNCTAD. (2019). *Digital Economy Report 2019: Value creation and capture—implications for developing countries*.