

Dari Zero ke Hero: Cara Cerdas Mengawali Perjalanan Bisnis

Fitriana¹, Farida Febriati² ✉

^{1,2} Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Makassar

Abstrak

UMKM berperan penting bagi perekonomian, namun banyak yang tersendat pada fase awal karena keterbatasan manajerial, akses modal, dan kapabilitas digital. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi “dari zero ke hero” bagi UMKM pada tahap awal pendirian usaha. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka sistematis-naratif terhadap 20 artikel bereputasi (2017–2025), dihimpun dari basis data nasional dan internasional, disintesis melalui pengelompokan tematik dan perbandingan temuan. Hasil menunjukkan empat poros kunci yang saling menguatkan: (1) fondasi manajerial – literasi keuangan, pengembangan SDM, standar proses/produk – sebagai prasyarat konversi strategi ke kinerja; (2) kapabilitas dan literasi digital yang menghasilkan *quick wins* (pemasaran digital, e-commerce, pencatatan/pembayaran digital) sekaligus meningkatkan keterampilan kewirausahaan; (3) inovasi model bisnis berbasis data sebagai mediator utama agar investasi digital berdampak pada nilai dan kinerja; (4) orientasi pasar dan kompetensi kewirausahaan – terutama kemampuan mengorganisasi sumber daya serta komitmen strategis – yang mempercepat *sensing-deciding-executing* dan memungkinkan *pivot* adaptif. Selain itu, ketahanan (DRM/BCP), kemitraan, dan dukungan kebijakan mempercepat skala. Disimpulkan sebuah roadmap bertahap: perkuat fondasi → eksperimen digital berbiaya rendah → tajamkan inovasi model bisnis berbasis data → bangun ketahanan dan kolaborasi untuk melesat dari *launch* menuju keunggulan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM; Transformasi Digital; Inovasi Model Bisnis (BMI); Orientasi Kewirausahaan; Literasi Digital.

Copyright (c) 2025 **Fitriana¹**

✉ Corresponding author :

Email Address: fitriana.s22025@student.unm.ac.id farida.febriati@unm.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja, penciptaan nilai tambah, dan ketahanan ekonomi nasional. Berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta terbukti lebih tangguh menghadapi krisis ekonomi dibandingkan usaha berskala besar (Nur Wahyuni et al., 2022). Namun demikian, potensi besar tersebut sering kali belum diimbangi dengan kemampuan manajerial dan strategis yang memadai, terutama pada tahap awal pendirian usaha.

Di sisi lain, literatur internasional mengenai Usaha Kecil dan Menengah (UKM/SMEs) menegaskan bahwa sektor ini menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja di berbagai negara (Malesu &

Syrovátka, 2025). Meskipun demikian, tingkat kegagalan usaha pada fase awal bisnis relatif tinggi sehingga banyak pelaku UMKM yang kesulitan “naik kelas” dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Hal ini menegaskan pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor kunci keberhasilan serta strategi cerdas yang dapat diadopsi pelaku UMKM sejak tahap “zero” hingga siap “launch” ke pasar yang lebih luas.

Berbagai kajian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, seperti karakteristik wirausaha, strategi bisnis, kondisi lingkungan usaha, serta akses terhadap sumber daya (Malesu & Syrovátka, 2025). Pada tahap awal pendirian usaha, kemampuan pelaku UMKM untuk membaca peluang pasar, mengelola risiko, dan menyusun langkah strategis menjadi krusial agar proses transisi dari ide bisnis ke peluncuran produk atau jasa dapat berlangsung lebih terarah. Dengan demikian, diperlukan sebuah “roadmap” praktis yang tidak hanya menjelaskan apa yang harus dilakukan, tetapi juga bagaimana pelaku UMKM dapat melakukannya secara bertahap dan realistis.

Penelitian-penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa modal usaha, kompetensi sumber daya manusia, serta pengelolaan keuangan merupakan determinan penting keberhasilan UMKM (Mauladin & Alamsyah, 2023). Keterbatasan modal, pencatatan keuangan yang masih sederhana, serta rendahnya pemanfaatan informasi akuntansi sering kali menjadi penghambat bagi UMKM untuk berkembang. Pada saat yang sama, kompetensi SDM yang mencakup kemampuan teknis maupun manajerial terbukti berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, terutama ketika didukung oleh praktik pengelolaan keuangan yang baik.

Selain aspek permodalan dan pengelolaan keuangan, karakteristik kewirausahaan pelaku UMKM juga dipandang sebagai faktor yang sangat menentukan. Studi mengenai karakteristik wirausaha UMKM di berbagai daerah menunjukkan bahwa kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, kepemimpinan, motivasi usaha, dan kegigihan berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan bisnis kecil (Rafiq et al., 2024). Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa wirausaha bukan hanya persoalan modal finansial, melainkan juga modal non-material berupa sikap, pola pikir, dan perilaku yang mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan bertahan dalam situasi penuh ketidakpastian.

Dalam perspektif yang lebih strategis, orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) – yang tercermin melalui inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko – terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di berbagai sektor di Indonesia (Herlinawati et al., 2019). Perusahaan kecil yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan, lebih agresif dalam memanfaatkan peluang, serta lebih berani melakukan terobosan produk maupun model bisnis. Orientasi ini menjadi salah satu fondasi penting dalam menyusun strategi cerdas bagi UMKM untuk bergerak dari “zero” menuju “hero” dalam perjalanan bisnisnya.

Di samping itu, beberapa penelitian menyoroti bahwa kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, tetapi juga oleh strategi bisnis, orientasi pasar, dan kemampuan dinamis (dynamic capabilities) dalam merespons perubahan lingkungan (Sagita et al., 2024). UMKM yang mampu merumuskan strategi yang selaras dengan kondisi lingkungan bisnis dan kebutuhan pelanggan cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Hal ini menegaskan bahwa sejak tahap awal pendirian usaha, pelaku UMKM perlu dibekali bukan hanya dengan semangat

berwirausaha, tetapi juga dengan kemampuan merumuskan dan mengeksekusi strategi yang tepat.

Perkembangan teknologi digital turut mengubah lanskap persaingan dan membuka peluang baru bagi UMKM. Penelitian mengenai literasi digital menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital dapat meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja bisnis, baik dari sisi pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, pangsa pasar, maupun kepuasan pelanggan (Pt & Jaya, 2023). Dengan demikian, strategi cerdas bagi UMKM masa kini tidak dapat dilepaskan dari penguatan kapabilitas digital, termasuk pemanfaatan platform daring untuk pemasaran, penjualan, dan pengelolaan operasional usaha.

Selain faktor-faktor tersebut, literatur tentang keberhasilan startup dan usaha baru menyoroti pentingnya kemampuan adaptasi terhadap pasar, pengelolaan keuangan, keberadaan mentor, serta inovasi sebagai faktor kunci yang membedakan usaha yang bertahan dan berkembang dengan yang gagal pada tahap awal (Lachlan & Smith, 2024). Bagi pelaku UMKM, temuan ini relevan untuk diterjemahkan ke dalam strategi praktis, seperti penyusunan rencana usaha yang adaptif, pencatatan dan penganggaran keuangan yang disiplin, membangun jejaring dengan pihak yang lebih berpengalaman, serta mengembangkan nilai tambah produk atau jasa secara berkelanjutan.

Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada analisis kinerja UMKM yang telah berjalan dan relatif mapan, sementara kajian yang secara spesifik mengulas “roadmap” atau strategi bertahap bagi UMKM yang baru mengawali perjalanan bisnisnya masih relatif terbatas, terutama dalam konteks Indonesia (Mauladin & Alamsyah, 2023). Kesenjangan ini menimbulkan kebutuhan akan kajian pustaka yang secara sistematis mengompilasi dan mensintesis temuan-temuan terkait faktor keberhasilan, orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan kapabilitas digital menjadi sebuah kerangka strategi yang aplikatif bagi UMKM pemula.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel kajian pustaka ini mengusung tema “Dari Zero ke Hero: Strategi Cerdas bagi UMKM untuk Mengawali Perjalanan Bisnis”. Secara khusus, artikel ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi dan merangkum faktor-faktor kunci keberhasilan UMKM pada tahap awal pendirian usaha; (2) mengulas peran orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan literasi digital dalam memperkuat daya saing UMKM; serta (3) menyusun kerangka konseptual berupa roadmap strategis yang dapat dijadikan acuan praktis bagi pelaku UMKM untuk bergerak dari tahap “zero” hingga siap “launch” di pasar. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur kewirausahaan UMKM serta implikasi praktis bagi pelaku usaha, pendamping UMKM, maupun pembuat kebijakan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka (literature review) sebagai metode utama untuk menganalisis strategi cerdas yang dapat diterapkan UMKM pada tahap awal pendirian usaha. Kajian pustaka dipilih karena memungkinkan peneliti untuk meninjau, membandingkan, dan mensintesis berbagai hasil penelitian terdahulu secara sistematis, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM

pada fase awal bisnis. Metode ini juga relevan mengingat topik yang dikaji membutuhkan integrasi dari berbagai literatur kewirausahaan, manajemen UMKM, orientasi bisnis, dan kapabilitas digital yang tersebar dalam jurnal nasional maupun internasional.

Kajian pustaka (*literature review*) merupakan pendekatan metodologis yang berperan fundamental dalam penelitian ilmiah karena menyediakan struktur analitis untuk menilai, mengintegrasikan, dan mensintesis berbagai temuan empiris maupun konseptual secara sistematis. Dalam perspektif metodologi penelitian modern, kajian pustaka tidak hanya berfungsi sebagai prosedur untuk merangkum penelitian sebelumnya, tetapi juga sebagai instrumen epistemologis yang mampu mengidentifikasi *research gaps*, menilai kekuatan dan kelemahan metodologis studi terdahulu, serta membangun kerangka teoretis yang solid bagi penelitian lanjutan (Templier & Paré, 2015) menegaskan bahwa *systematic review* yang dilakukan secara rigor mencakup proses seleksi, evaluasi kualitas, dan sintesis temuan berbasis bukti sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih valid dan dapat direplikasi. Sejalan dengan itu, (Snyder, 2019) menjelaskan bahwa kajian pustaka berperan sebagai strategi ilmiah untuk menghasilkan perspektif konseptual baru melalui analisis kritis dan integratif atas literatur yang relevan, sehingga mampu memperkaya diskursus akademik pada suatu bidang penelitian.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelusuran artikel ilmiah yang diperoleh dari berbagai database jurnal bereputasi, seperti Google Scholar, DOAJ, ScienceDirect, Emerald Insight, SpringerLink, serta portal jurnal nasional seperti Sinta, Neliti, Garuda, dan jurnal universitas. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi *entrepreneurial orientation*, *UMKM*, *startup success factors*, *business strategy*, *SME performance*, *digital literacy*, *early-stage business*, dan *entrepreneurial capability*. Rentang waktu publikasi yang diseleksi adalah artikel antara tahun 2015 hingga 2025, dengan prioritas pada 5 tahun terakhir agar hasil kajian tetap relevan dengan perkembangan terbaru dalam praktik UMKM dan kewirausahaan.

Kriteria inklusi yang digunakan dalam seleksi literatur meliputi: (1) artikel penelitian empiris maupun konseptual yang membahas UMKM atau SMEs; (2) memuat variabel terkait kewirausahaan, strategi bisnis, kapabilitas digital, orientasi pasar, atau faktor-faktor penentu keberhasilan usaha; (3) tersedia dalam format lengkap (*full text*); dan (4) dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional bereputasi. Sementara itu, kriteria eksklusi ditetapkan untuk mengecualikan artikel opini, laporan non-ilmiah, dokumen tanpa tinjauan akademik, serta publikasi yang tidak relevan dengan konteks UMKM atau tahap perintisan usaha.

Tahap berikutnya adalah proses penyaringan dan analisis isi (*content analysis*) terhadap literatur yang telah dikumpulkan. Penyaringan dilakukan secara bertahap melalui pembacaan judul, abstrak, dan isi artikel untuk memastikan kesesuaian dengan fokus penelitian. Artikel yang memenuhi kriteria kemudian dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi konsep, temuan, hubungan antar variabel, serta strategi yang direkomendasikan bagi UMKM dalam mengawali usaha. Teknik analisis isi digunakan untuk mengodekan temuan penelitian ke dalam tema-tema utama, seperti orientasi kewirausahaan, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, modal manusia, inovasi, kapabilitas digital, dan dinamika pasar.

Dalam proses sintesis data, penelitian ini mengadopsi pendekatan naratif tematik, yaitu dengan mensistematisasi temuan-temuan yang memiliki kesamaan

fokus atau pola konseptual. Pendekatan ini memungkinkan integrasi berbagai sudut pandang dari penelitian terdahulu menjadi sebuah gambaran menyeluruh mengenai strategi awal yang dapat dilakukan UMKM untuk bergerak dari “zero” ke “hero”. Proses sintesis juga melibatkan analisis komparatif untuk mengevaluasi perbedaan temuan antar penelitian dan menilai faktor mana yang secara konsisten terbukti berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM pada tahap awal.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil kajian, penelitian ini menerapkan strategi triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan temuan dari jurnal nasional dan internasional, serta meninjau perbedaan metodologi penelitian sebelumnya. Selain itu, kualitas setiap artikel dievaluasi berdasarkan kredibilitas jurnal, desain penelitian, jumlah sampel, serta konsistensi hasil. Dengan demikian, kajian pustaka ini tidak hanya mengumpulkan literatur, tetapi juga memastikan bahwa setiap sumber yang digunakan memiliki kualitas ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada fase awal (“zero”), bukti nasional menegaskan UMKM adalah tulang punggung ekonomi—kontributor besar PDB dan serapan kerja—namun masih dibayangi problem klasik akses modal, kapabilitas manajerial, adopsi TI, dan mutu layanan (Suci, 2017). Temuan historis ini penting sebagai pijakan kebijakan, terlebih di tengah persaingan bebas dan integrasi regional yang menuntut daya saing berbasis inovasi dan pembiayaan inklusif. Kajian pustaka internasional terkini menunjukkan keberhasilan transformasi digital (DT) UMKM tidak otomatis meningkatkan kinerja tanpa mekanisme penangkap nilai seperti business model innovation (BMI) — BMI terbukti menjadi mediator penting antara DT dan kinerja pada UMKM inovatif (mis. PLS-SEM; $n=434$) (Merín-Rodríguez et al., 2024). Konsisten dengan itu, tinjauan sistematis menekankan tiga simpul penentu: (i) keselarasan strategi bisnis-TI, (ii) pembelajaran berkelanjutan/edukasi digital, dan (iii) disiplin finansial untuk investasi teknologi yang tepat (Sagala & Öri, 2024). Di Indonesia, studi SLR dan naratif menambahkan bahwa roadmap digitalisasi yang “launch-ready” lazimnya menggabungkan e-commerce, pemasaran digital, penguatan literasi/inklusi keuangan, dan dukungan kebijakan (Angraini et al., 2024).

Studi terbaru pada UMKM perempuan di Kota Bandung menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha; dimensi yang paling menonjol sebagai pendorong “ketangkasan” organisasi awal adalah kompetensi mengorganisasi (kemampuan memimpin dan mengelola sumber daya) serta komitmen strategis (konsistensi mengeksekusi tujuan) (metode kuantitatif, 40 responden, regresi linear sederhana). Temuan ini menegaskan bahwa pada fase *from zero to launch*, penguatan dua dimensi tersebut mempercepat konversi ide menjadi kinerja (pendapatan/omzet, jumlah pelanggan, kualitas produk), sehingga pelaku UMKM lebih siap merespons perubahan pasar dan melakukan *pivot* ketika diperlukan (Utami & Mulyaningsih, 2016). Secara konseptual, hasil tersebut selaras dengan Resource-Based View (RBV): kompetensi kewirausahaan adalah sumber daya berbasis manusia yang unik dan sulit ditiru, sehingga layak diposisikan sebagai “mesin” keunggulan bersaing sejak prapeluncuran (zero) hingga perluasan pasar (hero). Dengan kata lain, saat literasi/alat digital menyediakan “kendaraan”, justru kompetensi mengorganisasi dan komitmen strategis yang menjadi “mesin” penggerak agilitas—memungkinkan proses sensing-

deciding-executing berlangsung cepat dan disiplin. Diagram pada halaman 4 artikel tersebut juga memetakan hubungan antar-dimensi kompetensi (peluang, hubungan, konseptual, mengorganisasi, strategis, komitmen) dengan indikator perkembangan UMKM (pendapatan, perluasan pasar, jumlah pelanggan, kualitas produk), memberi rujukan visual yang jelas untuk merancang intervensi pelatihan dan *playbook* implementasi di lapangan (Utami & Mulyaningsih, 2016).

Bukti empiris Indonesia menunjukkan literasi digital meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan bersama-sama mendorong kinerja (Novela dkk., 2023) – mekanisme cepat untuk meraih *quick wins* di tahap awal (pemasaran digital, komunikasi pelanggan, efisiensi operasi) (Q.A et al., 2024). Hasil seminar nasional (UNM) turut menguatkan bahwa literasi digital, literasi keuangan, dan inovasi berpengaruh signifikan – baik parsial maupun simultan – terhadap kinerja UMKM (Inanna et al., 2023).

Tinjauan Oikos-Nomos (Evangeulista dkk., 2023) memetakan taktik siap-pakai bagi pelaku: pembaruan proses berbasis TI, optimasi konten (SEO), pemanfaatan media sosial/marketplace, alat analitik, *fintech* (pembayaran, pencatatan), digitalisasi SDM, literasi e-commerce, perbaikan infrastruktur, kemitraan eksternal, dan pemanfaatan dukungan pemerintah. Ini menjadi *toolkit* operasional yang relevan bagi UMKM tahap *from zero to launch* (Agustin et al., 2023). Dua artikel JGAR menonjolkan kombinasi technopreneurship, pemasaran digital, dan penguatan layanan/rantai pasok untuk ketahanan dan pertumbuhan di era *new normal* dan Society 5.0 (Artanto et al., 2022). Praktik-praktik tersebut terbukti mendongkrak visibilitas, loyalitas pelanggan, serta memperluas pasar – krusial pada fase peluncuran. Studi tentang digital capability-market orientation-entrepreneurial skills juga menggarisbawahi bahwa kombinasi kapabilitas ini adalah fondasi pertumbuhan berkelanjutan UMKM (Utami & Mulyaningsih, 2016).

Dari perspektif kebutuhan organisasi, riset UGM menunjukkan urutan kebutuhan UMKM: akses modal → TI → kualitas layanan → keunggulan kompetitif → inovasi, dan semuanya berdampak positif pada kinerja. Urutan ini membantu memetakan prioritas implementasi saat memulai usaha (Kusuma, 2023). Secara strategis, keunggulan kompetitif (kepemimpinan biaya/diferensiasi/fokus) dan inovasi menjadi puncak perjalanan “hero” – mengokohkan posisi pasar dan keberlanjutan nilai (Kusuma, 2023). Studi BRIN (Mardanugraha & Akhmad, 2023) menemukan 51% UMKM masih bertahan selama resesi COVID-19; faktor kunci ketahanan mencakup *hidden wealth* (tabungan/aset) dan kebutuhan penyusunan Disaster Risk Management (DRM) serta Business Continuity Plan (BCP). Implikasi praktis: bahkan di tahap awal, UMKM perlu menata cadangan kas, asuransi risiko, dan rencana kesinambungan sebagai “sabuk pengaman” go-to-market. Di sisi ekosistem, dorongan UMKM Go Digital berdampak makro sebagai penyangga pemulihan, tetapi juga memunculkan dinamika kompetisi lintas-platform yang menuntut kesiapan model bisnis dan literasi digital (Sari Purba et al., 2023).

Literatur manajemen UMKM Indonesia menekankan paket prasyarat: pengembangan SDM, tata kelola keuangan yang tertib, adopsi TI, kualitas & standar, serta manajemen rantai pasok – agar digitalisasi betul-betul terkonversi menjadi kinerja (Yatimin et al., 2024). Di tingkat kebijakan, ulasan peluang-tantangan UMKM nasional menyoroti pentingnya akses modal, infrastruktur, pendampingan, dan kebijakan yang pro-inklusif (Nugroho & Susilo, 2025).

Sebagai penutup, telaah mendalam atas dua puluh artikel menunjukkan bahwa perjalanan “dari zero ke hero” bagi UMKM bertumpu pada empat poros yang saling menguatkan: (1) kapabilitas dan literasi digital sebagai pendorong efisiensi, akurasi keputusan, serta jangkauan pasar; (2) inovasi model bisnis yang menjembatani investasi digital agar benar-benar terkonversi menjadi nilai dan kinerja; (3) daya lihat pasar dan kompetensi kewirausahaan—termasuk kemampuan mengorganisasi, komitmen strategis, dan ketangkasan beradaptasi—yang menjadi “mesin” agility dalam mengeksekusi peluang; serta (4) ketahanan manajerial dan ekosistem pendukung (pencatatan keuangan rapi, penguatan rantai pasok, kemitraan, dan kebijakan pro-UMKM) untuk meredam guncangan dan mempercepat skala. Praktiknya, UMKM yang baru memulai perlu memadukan taktik *quick wins* (pemasaran digital, kanal e-commerce, pembayaran dan pembukuan digital) dengan pembangunan fondasi manajemen dan pembelajaran berkelanjutan; selanjutnya, inovasi proposisi nilai dan penataan proses berbasis data memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan demikian, roadmap yang paling efektif bergerak dari peningkatan literasi & proses dasar → eksperimen digital berbiaya rendah → penajaman model bisnis berbasis data → penguatan ketahanan & kemitraan, sehingga UMKM tidak hanya berhasil *launch*, tetapi juga mampu mempertahankan dan memperluas keunggulan di pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan sintesis mendalam atas dua puluh artikel, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan UMKM bergerak “dari zero ke hero” bergantung pada orkestrasi empat poros yang saling menguatkan: pertama, penguatan fondasi manajerial—terutama literasi keuangan, pengembangan SDM, standar proses/produk, dan kedisiplinan operasional—agar setiap inisiatif awal punya pijakan yang kokoh; kedua, kapabilitas dan literasi digital yang diterjemahkan ke taktik *quick wins* (pemasaran digital, e-commerce, pencatatan dan pembayaran digital) untuk mempercepat akuisisi pelanggan dan efisiensi; ketiga, inovasi model bisnis berbasis data sebagai jembatan yang mengonversi investasi digital menjadi nilai dan kinerja terukur; dan keempat, orientasi pasar serta kompetensi kewirausahaan—khususnya kemampuan mengorganisasi sumber daya dan komitmen strategis—yang mempercepat proses *sensing-deciding-executing* serta memungkinkan *pivot* saat kondisi berubah. Di tingkat ekosistem, kemitraan, akses pembiayaan, infrastruktur, serta kebijakan pro-UMKM mempercepat adopsi dan perluasan pasar, sementara perencanaan DRM/BCP meningkatkan ketahanan terhadap guncangan. Dengan mengikuti urutan implementasi “perkuat fondasi → eksperimen digital berbiaya rendah → tajamkan inovasi model bisnis berbasis data → bangun ketahanan & kolaborasi”, UMKM tidak hanya mampu *launch* secara efektif, tetapi juga mempertahankan pertumbuhan dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Referensi :

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16, 33.
- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.24014/ekl.v7i2.33958>
- Artanto, A. T., Kusnarto, Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180.

- <https://doi.org/10.20473/jgar.v3i2.41772>
- Herlinawati, E., Suryana, Ahman, E., & Machmud, A. (2019). The effect of entrepreneurial orientation on smes business performance in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(5), 1-15.
- Inanna, Rahmatullah, Ampa, A. T., Supatminingsih, T., Dinar, M., & Fajrinah, N. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Seminar Nasional Hasil Penelitian 2023 "Penguatan Riset, Inovasi, Kreativitas Peneliti Di Era 5.0" LP2M-Universitas Negeri Makassar*, 22(1), 152-167.
- Kusuma, R. A. I. W. (2023). ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal Vol 11 No.4 (November 2023). *Accounting and Business Information Systems Journal Vol 11 No.2*, 11(4).
- Lachlan, N., & Smith, O. (2024). Determining Factors for Startup Success in Indonesia: Perspective of Young Entrepreneurs. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(2), 115-122. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i2.632>
- Malesu, M. L., & Syrovátka, P. (2025). Critical success factors for small and medium sized businesses: a PRISMA-based systematic review. *Future Business Journal*, 11(1), 1-17. <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00458-1>
- Mardanugraha, E., & Akhmad, J. (2023). Ketahanan UMKM di Indonesia menghadapi Resesi Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 30(2), 101-114. <https://doi.org/10.14203/jep.30.2.2022.101-114>
- Mauladin, P., & Alamsyah, M. I. (2023). Indikasi Tindakan Agresivitas Pajak Melalui Peran Inventory Intensity, Koneksi Politik Dan Kepemilikan Institusional. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 9(1), 57-70. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v9i1.6197>
- Merín-Rodríguez, J., Dasí, À., & Alegre, J. (2024). Digital transformation and firm performance in innovative SMEs: The mediating role of business model innovation. *Technovation*, 134(May). <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103027>
- Nugroho, A. W., & Susilo, A. (2025). PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL Pendidikan Akuntansi , Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan , Universitas Muhammadiyah Surakarta 2 Dosen Pendidikan Akuntansi , Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan , Universitas Muhammadiyah Surakart. *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(1), 575-584.
- Nur Wahyuni, N. W., Farah Diba, F. D., Anindhyta Budiarti, A. B., & Farida, F. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 87-97. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2471>
- Pt, K., & Jaya, E. (2023). *Persediaan Barang Berbasis Web Studi*. 3(April), 142-156.
- Q.A, I. N., Sawitri, H. S. R., Riani, A. L., Istiqomah, S., Suprpti, A. R., & Harsono, M. (2024). Digital Literacy on SME Business Performance and The Mediating Role of Entrepreneurial Skills. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(3), 847-857. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>
- Rafiq, A., Ayu, I. W., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Umkm Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 7(1), 152-160. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v7i1.1617>
- Sagala, G. H., & Óri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: a systematic literature review. In *Information Systems and e-Business Management* (Vol. 22, Issue 4). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2>
- Sagita, A., Shamsudin, M. S., Ramli, A., Budiharjo, R., & Himawan, A. F. I. (2024). Business Strategy and Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance: The Moderating Role of the Business Environment. *Paper Asia*, 40(2b), 33-41. <https://doi.org/10.59953/paperasia.v40i2b.97>
- Sari Purba, P., Ikhsan Harahap, M., & Nurbaiti. (2023). Analisis Pengembangan UMKM Go Digital dalam Penyelamatan Ekonomi Indonesia Menghadapi Resesi Ekonomi.

- EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(2), 427–433.
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(July), 333–339.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Upp.Ac.Id*, 6(1), 1–31.
- Templier, M., & Paré, G. (2015). A framework for guiding and evaluating literature reviews. *Communications of the Association for Information Systems*, 37, 112–137.
<https://doi.org/10.17705/1cais.03706>
- Utami, E. N., & Mulyaningsih, H. D. (2016). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 98–109.
- Yatimin, Musharianto, A., Novida, I., Subandi, I., & Artha, T. (2024). Penguatan Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia: Studi Literatur. *Liquidity*, 13(1), 37–47. <https://doi.org/10.32546/lq.v13i1.2540>