



## JKWI

Jurnal Kewirausahaan & Inovasi

Volume 4 Issue 1, 2026 (17-32)

ISSN (online) : 3025-5112

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JKWI>

# Perancangan Platform ArthaWira sebagai Solusi Transformasi Digital dan Penguatan Daya Saing UMKM di Indonesia

Nur Vina Febrianti <sup>1</sup>, S.Azzahra Puja Sukma Permana <sup>2</sup>, Sopia Rahayu <sup>3</sup>, Syifa Nur Latifah <sup>4</sup>, Maryam Siti Azizah <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Manajemen Bisnis Syariah, STAI Al-Musaddadiyah Garut, Indonesia

<sup>1</sup> [23310008@stai-musaddadiyah.ac.id](mailto:23310008@stai-musaddadiyah.ac.id) <sup>2</sup> [23310010@stai-musaddadiyah.ac.id](mailto:23310010@stai-musaddadiyah.ac.id)

<sup>3</sup> [23310013@stai-musaddadiyah.ac.id](mailto:23310013@stai-musaddadiyah.ac.id) <sup>4</sup> [23310015@stai-musaddadiyah.ac.id](mailto:23310015@stai-musaddadiyah.ac.id)

<sup>5</sup> [maryam.sa@stai-musaddadiyah.ac.id](mailto:maryam.sa@stai-musaddadiyah.ac.id)

**Abstrak.** UMKM merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai masalah, seperti keterbatasan dalam kemampuan digital, kesulitan dalam mendapatkan modal, kurangnya keterampilan manajerial, dan kondisi pasar yang terbatas. Penelitian ini bertujuan merancang platform Arthawira sebagai solusi digital yang dapat mendukung transformasi digital dan peningkatan daya saing UMKM di Indonesia. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan studi literatur ke tiga UMKM, perdagangan pangan, kuliner dan kerajinan. Penelitian mengungkapkan bahwa Platform ArthaWira dirancang sebagai ekosistem digital yang terintegrasi, menawarkan fitur untuk manajemen usaha, pencatatan keuangan, pemasaran digital, akses pembiayaan, serta layanan pendidikan dan pendampingan bagi UMKM. Implementasi platform ini didukung oleh strategi kolaborasi yang melibatkan pemerintah, lembaga keuangan, akademisi, dan sektor swasta untuk menjamin keberlangsungan program. Diharapkan Platform ArthaWira dapat meningkatkan kemampuan digital, efisiensi operasional, akses pasar, serta daya saing UMKM dalam konteks ekonomi digital. Dengan kata lain, platform ini memiliki potensi sebagai solusi inovatif untuk mempercepat pertumbuhan UMKM yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

**Kata Kunci:** *UMKM, Transformasi Digital, Arthawira, Daya Saing, Literasi Digital, Ekonomi Digital.*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, di tengah perkembangan era digital, proses transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap teknologi, serta belum optimalnya pemanfaatan platform digital dalam mendukung aktivitas bisnis. Kondisi tersebut menyebabkan banyak UMKM masih menjalankan kegiatan usaha secara konvensional yang berdampak pada kurang efisiennya pengelolaan keuangan, pemasaran, serta pengembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan solusi digital yang terintegrasi guna mendukung percepatan transformasi digital UMKM. Penelitian ini mengusulkan pengembangan Platform ArthaWira sebagai inovasi digital yang diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, efisiensi operasional, serta daya saing UMKM di Indonesia, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam kajian transformasi digital UMKM dan menjadi referensi bagi pemangku kebijakan dalam penguatan ekosistem UMKM berbasis teknologi.

Keberadaan UKMM menjadi salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi nasional. Di zaman teknologi informasi yang berkembang pesat, UMKM diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan digital agar dapat bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penyesuaian digital mencakup tidak hanya pemakaian teknologi dalam pemasaran, tetapi juga pengelolaan keuangan, operasional bisnis, layanan pelanggan, dan pengambil keputusan berdasarkan data. Meski transformasi digital semakin berkembang, banyak UMKM yang masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap teknologi, serta belum optimalnya kemampuan dalam memanfaatkan berbagai platform digital untuk mendukung usaha. Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tentang literasi digital adalah faktor penting yang memengaruhi daya saing dan keberlanjutan UMKM alam era ekonomi digital saat ini.

Selain itu, banyak pelaku UMKM yang masih menjalankan bisnis mereka dengan cara tradisional, sehingga mengalami kesulitan dalam hal pencatatan keuangan, pemasaran, dan pengembangan usaha. Program yang berkaitan dengan digitalisasi dan literasi digital terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi demi memperluas pasar serta meningkatkan produktivitas bisnis. Namun, beragam layanan digital yang ada saat ini masih terpisah sehingga kurang memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku UMKM yang memerlukan solusi yang terintegrasi. Oleh karena itu, diperlukan sebuah platform online yang dapat menjawab kebutuhan utama dari UMKM, termasuk manajemen usaha, pemasaran, akses keuangan, dan dukungan bisnis. Mengacu pada kondisi ini, penelitian ini mengajukan perancangan Platform ArthaWira sebagai upaya untuk melakukan transformasi digital yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan digital, efisiensi operasional, dan daya saing UMKM di Indonesia.(Syekh & Cirebon, 2023)

Berdasarkan berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap pembiayaan, lemahnya pengelolaan usaha, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran, diperlukan suatu solusi yang mampu menjawab kebutuhan tersebut secara terpadu. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan Platform ArthaWira sebagai platform digital terintegrasi yang dirancang untuk mendukung pengembangan UMKM melalui penyediaan fitur pengelolaan usaha, edukasi bisnis, pemasaran digital, akses pembiayaan, serta pendampingan usaha. Melalui perancangan platform ini, penelitian bertujuan menganalisis potensi ArthaWira dalam meningkatkan literasi digital, efisiensi pengelolaan bisnis, dan daya saing UMKM di Indonesia. Selain memberikan solusi praktis bagi pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan transformasi digital, hasil penelitian ini juga diharapkan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami kondisi aktual pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha di era digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial dan ekonomi yang terjadi pada pelaku UMKM.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan pada tiga UMKM dari sektor perdagangan pangan, kuliner dan kerajinan yang menjadi informan penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas operasional usaha, sistem pengelolaan, dan pemanfaatan teknologi digital. Ketiga UMKM dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan meliputi usaha yang masih aktif beroperasi, memiliki pelanggan tetap, menghadapi permasalahan dalam pengembangan usaha, serta memiliki tingkat pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal

sehingga sesuai dengan fokus penelitian mengenai transformasi digital UMKM. Profil informan penelitian disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1 Profil Informan Penelitian**

| Informan   | Nama Usaha              | Jenis Sektor UMKM  | Tahun Berdiri | Kriteria Pengambilan Sampel (Purposive)                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------|-------------------------|--------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Informan 1 | PD Puja Mandiri         | Perdagangan Pangan | 1994          | Usaha masih aktif beroperasi, memiliki pelanggan tetap (rumah makan, pedagang bakso, dan masyarakat umum), telah memanfaatkan WhatsApp dan Instagram untuk promosi namun belum memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur, belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), serta mengalami kendala dalam perluasan pasar dan pengembangan usaha. |
| Informan 2 | Nusantara Chicken Wings | Kuliner            | 2026          | Usaha masih aktif beroperasi, memiliki pelanggan tetap, pemasaran masih didominasi secara offline dengan dukungan media sosial (WhatsApp dan Instagram), pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, belum memiliki legalitas usaha (NIB), serta menghadapi kendala dalam pemasaran dan pengembangan usaha.                             |
| Informan 3 | G2 Leather Jacket       | Kerajinan          | 2016          | Usaha masih aktif beroperasi, memiliki pelanggan tetap, telah memanfaatkan marketplace (Shopee) untuk pemasaran, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), serta masih menghadapi kendala dalam promosi digital dan perluasan pasar.                                                       |

Sumber: Data primer hasil wawancara peneliti (2026)

Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada tiga pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria memiliki usaha aktif dan menghadapi tantangan dalam pengembangan usaha. Selain itu, studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai jurnal ilmiah, buku, laporan pemerintah, dan sumber relevan lainnya yang berkaitan dengan transformasi digital dan pengembangan UMKM.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi UMKM secara sistematis. Selanjutnya, digunakan pendekatan fishbone analysis (diagram sebab-akibat) untuk mengidentifikasi akar permasalahan utama yang menghambat perkembangan UMKM. Melalui pendekatan ini, faktor-faktor penyebab masalah dapat diklasifikasikan secara terstruktur sehingga memudahkan dalam perumusan rancangan solusi melalui Platform ArthaWira.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi UMKM

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga pelaku UMKM, diketahui bahwa seluruh responden telah menjalankan usaha secara aktif dan memiliki pelanggan tetap. Jenis usaha yang dijalankan meliputi sektor kuliner, perdagangan pangan, serta kerajinan. Dalam aspek pemasaran, responden menyatakan bahwa penjualan masih dilakukan secara langsung (offline). Sebagian responden telah menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram, namun penggunaannya masih terbatas sebagai sarana komunikasi dengan

pelanggan dan belum dilakukan secara terencana untuk kegiatan pemasaran. Pada aspek keuangan, seluruh responden mengungkapkan bahwa pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual. Sebagian responden juga menyatakan bahwa keuangan usaha masih dicampur dengan keuangan pribadi serta belum memiliki laporan keuangan yang terstruktur. Dari sisi operasional, responden menyebutkan bahwa proses produksi masih menggunakan peralatan sederhana dengan kapasitas terbatas. Selain itu, sebagian responden juga belum memiliki legalitas usaha secara lengkap dan belum pernah mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

## Analisis Permasalahan UMKM di Indonesia Kondisi Lapangan

Berdasarkan temuan wawancara, kondisi lapangan menunjukkan bahwa usaha telah berjalan secara berkelanjutan, namun pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum terstruktur. Temuan menunjukkan adanya keterkaitan antara aspek pemasaran, keuangan, dan pengelolaan usaha. Keterbatasan dalam pemanfaatan media digital berkaitan dengan dominasi penjualan secara offline, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Di sisi lain, pencatatan keuangan yang masih manual dan tidak terpisah dari keuangan pribadi menunjukkan bahwa pengelolaan usaha belum dilakukan secara profesional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan pada satu aspek berpengaruh terhadap aspek lainnya, sehingga menghambat perkembangan usaha secara keseluruhan.

## Hambatan Pengelolaan dan Digitalisasi UMKM

Berdasarkan temuan penelitian, hambatan yang dihadapi UMKM tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan antar aspek. Temuan menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital berpengaruh terhadap terbatasnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Keterbatasan tersebut menyebabkan pelaku UMKM belum mampu menjalankan strategi pemasaran digital secara optimal, sehingga jangkauan pasar dan peluang peningkatan penjualan menjadi terbatas. Di sisi lain, pencatatan keuangan yang masih manual menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam memantau kondisi usaha secara akurat, yang berdampak pada keterbatasan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, keterbatasan kapasitas produksi berkaitan dengan penggunaan peralatan sederhana, sehingga pelaku usaha mengalami kendala dalam memenuhi permintaan pasar. Kondisi ini juga berkaitan dengan belum dimilikinya legalitas usaha, yang membatasi akses terhadap pembiayaan dan kerja sama usaha. Dengan demikian, hambatan yang dihadapi UMKM menunjukkan adanya hubungan antar faktor yang saling mempengaruhi dan memperkuat satu sama lain.

## Analisis Akar Masalah

Gambar 1. Analisis Akar Masalah



Berdasarkan pendekatan fishbone, permasalahan UMKM dapat dikelompokkan ke dalam lima faktor utama yang saling berkaitan.

1. Pertama, faktor akses modal yang terbatas disebabkan oleh kurangnya kesiapan administrasi serta keterbatasan dalam memenuhi persyaratan lembaga keuangan.
2. Kedua, keterbatasan jaringan usaha menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam memperluas pasar dan menjalin kemitraan strategis.
3. Ketiga, rendahnya literasi dan kemampuan manajerial menyebabkan pengelolaan usaha dilakukan secara sederhana dan tidak berbasis data.
4. Keempat, pemanfaatan teknologi yang belum optimal menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM masih berada pada tahap awal.
5. Kelima, faktor regulasi berkaitan dengan rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas usaha serta persepsi bahwa proses perizinan rumit dan mahal.

Kelima faktor tersebut saling berhubungan dan membentuk permasalahan yang kompleks. Oleh karena itu, diperlukan solusi terintegrasi yang mampu menjawab berbagai hambatan tersebut secara menyeluruh, salah satunya melalui pengembangan platform digital seperti ArthaWira yang mengintegrasikan aspek manajemen usaha, pemasaran, keuangan, jaringan bisnis, serta legalitas dalam satu sistem.

### Perancangan Platform ArthaWira

Berdasarkan hasil analisis permasalahan UMKM yang telah diidentifikasi, ditemukan bahwa pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi digital dan manajemen usaha, lemahnya pengelolaan keuangan, keterbatasan akses pasar, serta kurangnya pemahaman mengenai legalitas usaha. Temuan tersebut menunjukkan perlunya suatu sistem digital terintegrasi yang mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan UMKM dalam satu platform yang mudah diakses dan digunakan.

Sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut, ArthaWira dikembangkan sebagai platform digital yang mengintegrasikan berbagai layanan pendukung UMKM ke dalam satu ekosistem yang saling terhubung. Platform ini dirancang untuk membantu pelaku usaha mengatasi berbagai hambatan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital.

Pengembangan ArthaWira tidak hanya berfokus pada penyediaan teknologi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan kapasitas usaha, mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan. Dengan pendekatan tersebut, ArthaWira diharapkan mampu menjadi sarana pendukung transformasi digital yang relevan bagi pelaku usaha di Indonesia.

**Gambar 2 Konsep dan Tujuan Platform**



ArthaWira dirancang sebagai platform digital yang mengintegrasikan berbagai layanan penting bagi UMKM ke dalam satu sistem. Pengembangan platform ini didasarkan pada kebutuhan pelaku usaha akan solusi yang mampu membantu mereka mengelola usaha secara lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan. Konsep pengembangan ArthaWira tidak hanya berfokus pada penyediaan teknologi, tetapi juga pada penciptaan ekosistem yang mampu mendukung pertumbuhan usaha dari berbagai aspek.

a. Integrasi Layanan Usaha dalam Satu Platform

Salah satu konsep utama ArthaWira adalah menyediakan berbagai layanan usaha dalam satu platform yang terintegrasi. Selama ini banyak pelaku UMKM menggunakan aplikasi yang berbeda untuk melakukan pemasaran, pencatatan keuangan, pencarian modal, maupun pengelolaan administrasi usaha. Kondisi tersebut sering menimbulkan kesulitan dalam pengelolaan data dan meningkatkan kompleksitas operasional usaha. Oleh karena itu, ArthaWira mengintegrasikan berbagai layanan tersebut ke dalam satu sistem sehingga pengguna dapat mengakses seluruh kebutuhan usahanya melalui satu platform yang mudah digunakan.

b. Mendorong Transformasi Digital UMKM

ArthaWira dikembangkan untuk mendukung proses transformasi digital UMKM. Transformasi digital tidak hanya berarti penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis, tetapi juga mencakup perubahan pola pikir, strategi pengelolaan usaha, dan proses pengambilan keputusan yang lebih berbasis data. Melalui berbagai fitur yang tersedia, platform ini membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital secara lebih optimal sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha.

c. Memperluas Akses terhadap Sumber Daya Usaha

Keterbatasan akses terhadap berbagai sumber daya usaha masih menjadi salah satu hambatan utama yang dihadapi UMKM. Oleh karena itu, ArthaWira dirancang untuk mempermudah akses pengguna terhadap pembiayaan, edukasi bisnis, informasi pasar, legalitas usaha, serta jaringan kemitraan. Kemudahan akses tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha mengembangkan bisnis secara lebih cepat dan berkelanjutan.

d. Meningkatkan Kapasitas dan Profesionalitas Pelaku UMKM

Selain membantu aspek operasional usaha, ArthaWira juga bertujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM. Melalui berbagai fitur edukasi dan pendampingan, pengguna dapat memperoleh pengetahuan mengenai manajemen usaha, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan pengembangan produk. Dengan meningkatnya kapasitas pelaku usaha, diharapkan tercipta UMKM yang lebih profesional, adaptif, dan mampu menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

e. Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Konsep pengembangan ArthaWira juga menekankan pentingnya pemberdayaan ekonomi lokal. Platform ini tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan pelaku usaha, tetapi juga mendorong terciptanya lapangan kerja baru, memperkuat jaringan usaha lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, manfaat yang dihasilkan tidak hanya dirasakan oleh pengguna platform, tetapi juga oleh lingkungan ekonomi di sekitarnya.

f. Mewujudkan Ekosistem Bisnis yang Berkelanjutan

Tujuan jangka panjang ArthaWira adalah membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan. Ekosistem tersebut dibentuk melalui sinergi antara pelaku UMKM, lembaga keuangan, pemerintah, komunitas bisnis, dan penyedia teknologi. Melalui kolaborasi yang terintegrasi, setiap pihak dapat saling mendukung dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM.



## Roadmap Perancangan

Keberhasilan suatu platform digital sangat dipengaruhi oleh perencanaan implementasi yang sistematis. Oleh karena itu, ArthaWira dikembangkan melalui roadmap yang terstruktur mulai dari tahap identifikasi kebutuhan pengguna hingga evaluasi dampak dan persiapan ekspansi. Roadmap ini disusun untuk memastikan bahwa setiap tahapan pengembangan mampu menghasilkan platform yang sesuai dengan kebutuhan UMKM serta memiliki keberlanjutan dalam jangka panjang.

**Gambar 3 Roadmap Perancangan**



a. Tahap Riset dan Analisis Kebutuhan Pengguna

Tahap awal pengembangan ArthaWira dilakukan melalui kegiatan riset dan identifikasi kebutuhan pengguna. Pada tahap ini dilakukan survei, wawancara, dan observasi terhadap pelaku UMKM untuk mengetahui berbagai permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Hasil riset digunakan sebagai dasar dalam merancang fitur dan layanan yang akan dikembangkan pada platform.

b. Tahap Perancangan dan Pengembangan Prototipe

Setelah kebutuhan pengguna teridentifikasi, dilakukan proses perancangan sistem dan pengembangan prototipe aplikasi. Tahap ini meliputi desain antarmuka pengguna (user interface), pengalaman pengguna (user experience), serta pengembangan fitur dasar seperti pencatatan keuangan dan pengelolaan data usaha. Tujuan tahap ini adalah menghasilkan model awal platform yang dapat diuji sebelum dikembangkan lebih lanjut.

c. Tahap Beta Testing dan Evaluasi Sistem

Prototipe yang telah dikembangkan kemudian diuji melalui beta testing kepada sejumlah UMKM binaan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui performa sistem, mengidentifikasi kendala teknis, serta memperoleh masukan dari pengguna mengenai kemudahan penggunaan aplikasi. Hasil evaluasi digunakan untuk melakukan penyempurnaan fitur dan perbaikan sistem.

d. Tahap Peluncuran Platform

Setelah proses penyempurnaan selesai dilakukan, ArthaWira diluncurkan secara resmi kepada masyarakat. Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan promosi dan sosialisasi untuk memperkenalkan platform kepada pelaku UMKM. Selain itu, proses perlindungan kekayaan intelektual juga dilakukan guna menjaga inovasi yang telah dikembangkan.

e. Tahap Peningkatan Kapasitas Pengguna

Peluncuran platform diikuti dengan pelaksanaan berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan bagi pengguna. Kegiatan ini bertujuan membantu pelaku UMKM memahami cara memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia sehingga mereka dapat memperoleh manfaat secara maksimal dari penggunaan platform.

f. Tahap Pengembangan Fitur Lanjutan

Seiring meningkatnya jumlah pengguna, ArthaWira terus melakukan pengembangan fitur tambahan seperti integrasi payment gateway berbasis QRIS, sistem promosi digital, serta analisis bisnis berbasis Artificial Intelligence (AI). Pengembangan fitur ini bertujuan meningkatkan efektivitas platform dalam membantu pengelolaan usaha pengguna.

g. Tahap Penguatan Jaringan Kemitraan

Pada tahap selanjutnya, platform mengembangkan fitur networking yang memungkinkan pengguna terhubung dengan supplier, distributor, lembaga keuangan, dan berbagai mitra bisnis lainnya. Penguatan jaringan kemitraan menjadi aspek penting dalam mendukung pertumbuhan usaha pengguna secara berkelanjutan.

h. Tahap Monitoring dan Evaluasi Dampak

Monitoring dilakukan untuk mengukur efektivitas platform dalam membantu perkembangan UMKM. Evaluasi mencakup peningkatan penjualan, penggunaan fitur aplikasi, peningkatan akses permodalan, serta tingkat kepuasan pengguna. Data hasil evaluasi menjadi dasar dalam penyempurnaan layanan di masa mendatang.

i. Tahap Persiapan Ekspansi Platform

Tahap ini berfokus pada perluasan jangkauan layanan ke wilayah yang lebih luas. Persiapan dilakukan melalui peningkatan kapasitas sistem, penguatan kemitraan strategis, serta penyusunan strategi pengembangan pasar yang lebih komprehensif.

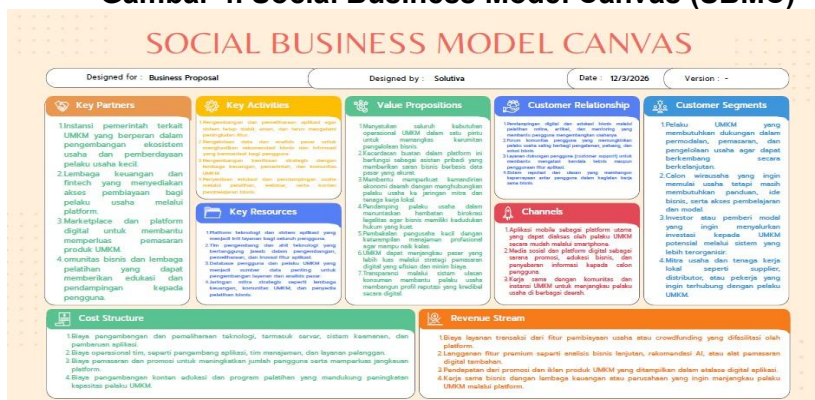
j. Tahap Pencapaian UMKM Naik Kelas

Tahap akhir implementasi ArthaWira adalah pencapaian tujuan utama program, yaitu membantu UMKM naik kelas. Indikator keberhasilan tahap ini meliputi peningkatan kapasitas usaha, perluasan pasar, peningkatan profesionalitas pengelolaan bisnis, serta kemampuan pengguna dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

## Social Business Model Canvas (SBMC)

*Social Business Model Canvas (SBMC)* merupakan kerangka strategis yang digunakan untuk mengintegrasikan tujuan bisnis dan tujuan sosial dalam pengembangan ArthaWira. Berbeda dengan model bisnis konvensional yang berorientasi pada keuntungan semata, SBMC memungkinkan ArthaWira menciptakan nilai ekonomi sekaligus menghasilkan dampak sosial yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM.

**Gambar 4. Social Business Model Canvas (SBMC)**





a. Customer Segments

Segmen utama pengguna ArthaWira adalah pelaku UMKM yang membutuhkan dukungan dalam pengelolaan usaha, akses pembiayaan, pemasaran digital, legalitas usaha, dan peningkatan kapasitas bisnis. Selain itu, platform juga melayani calon wirausaha serta komunitas usaha yang membutuhkan akses terhadap ekosistem bisnis digital.

b. Value Proposition

Nilai utama yang ditawarkan ArthaWira adalah penyediaan ekosistem digital terpadu yang mampu menjawab berbagai kebutuhan UMKM dalam satu platform. Melalui pendekatan ini, pengguna memperoleh solusi yang lebih praktis, efisien, dan mudah diakses dibandingkan penggunaan berbagai layanan yang terpisah.

c. Channels

ArthaWira menjangkau pengguna melalui aplikasi digital, website resmi, media sosial, program pelatihan, workshop, serta kolaborasi dengan komunitas dan lembaga pendukung UMKM. Berbagai saluran tersebut digunakan untuk meningkatkan aksesibilitas dan memperluas jangkauan platform.

d. Customer Relationship

Hubungan dengan pengguna dibangun melalui pendampingan usaha, layanan bantuan pengguna, pelatihan berkala, komunitas digital, serta penyediaan konten edukatif. Pendekatan ini bertujuan menciptakan hubungan jangka panjang yang mendorong loyalitas pengguna.

e. Revenue Streams

Sumber pendapatan ArthaWira berasal dari model berbasis transaksi, layanan premium, kerja sama kemitraan, serta berbagai layanan tambahan yang mendukung pengembangan usaha pengguna. Model ini dirancang agar tidak membebani UMKM pada tahap awal penggunaan platform.

f. Key Resources

Sumber daya utama yang mendukung operasional ArthaWira meliputi infrastruktur teknologi, sistem kecerdasan buatan, sumber daya manusia, jaringan kemitraan, serta basis data pengguna yang terus berkembang.

g. Key Activities

Aktivitas utama ArthaWira meliputi pengembangan teknologi, penyediaan layanan digital, pelatihan pengguna, pengelolaan kemitraan, pengembangan fitur baru, serta evaluasi dampak sosial dan ekonomi yang dihasilkan platform.

h. Key Partnerships

Kemitraan strategis dilakukan dengan lembaga keuangan, pemerintah, koperasi, inkubator bisnis, perusahaan teknologi, akademisi, dan komunitas UMKM. Kolaborasi ini berperan penting dalam memperluas manfaat dan meningkatkan keberlanjutan platform.

i. Social Impact

Dampak sosial yang ingin dicapai ArthaWira meliputi peningkatan literasi digital, peningkatan akses permodalan, penguatan kapasitas usaha, perluasan kesempatan kerja, peningkatan legalitas usaha, serta penguatan ekonomi lokal. Melalui dampak tersebut, ArthaWira diharapkan mampu berkontribusi dalam memperkuat posisi UMKM sebagai pilar utama perekonomian Indonesia.

j. Environmental and Community Contribution

Selain memberikan dampak ekonomi, ArthaWira juga berupaya membangun komunitas bisnis yang inklusif dan kolaboratif. Platform ini mendorong terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan sehingga tercipta ekosistem usaha yang berkelanjutan dan mampu berkembang dalam jangka panjang.

## Rancangan Fitur dan Strategi Platform

ArthaWira dirancang berdasarkan hasil identifikasi permasalahan utama yang dihadapi UMKM, yaitu keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya literasi bisnis dan digital, terbatasnya akses pasar, lemahnya pengelolaan keuangan, serta kurangnya akses terhadap legalitas dan jaringan usaha. Berdasarkan temuan tersebut, ArthaWira dikembangkan sebagai platform digital terintegrasi yang mengelompokkan berbagai layanan ke dalam beberapa solusi utama yang saling mendukung.

Pendekatan yang digunakan dalam pengembangan ArthaWira tidak hanya berfokus pada penyediaan teknologi, tetapi juga pada penciptaan ekosistem yang mampu mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Implementasi platform dilakukan melalui pengembangan fitur-fitur utama yang saling melengkapi, strategi pemasaran yang berorientasi pada edukasi dan pemberdayaan, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan yang memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM.

## Implementasi Fitur Berdasarkan Kebutuhan UMKM

Fitur-fitur ArthaWira dirancang untuk memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM secara komprehensif. Setiap fitur memiliki fungsi spesifik yang saling terintegrasi sehingga mampu membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas bisnis, memperluas akses pasar, memperkuat pengelolaan usaha, serta meningkatkan daya saing di era digital. Pendekatan implementasi fitur dilakukan dengan mengelompokkan layanan berdasarkan fungsi dan manfaat yang diberikan kepada pengguna. Pengelompokan ini bertujuan untuk memudahkan pelaku UMKM dalam mengakses layanan yang sesuai dengan kebutuhan usahanya sekaligus menunjukkan keterkaitan antarfitur dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Gambar 5. Tampilan Antarmuka Utama Arthawira



Gambar tersebut menunjukkan tampilan antarmuka utama ArthaWira yang dirancang dengan konsep terintegrasi sehingga pengguna dapat mengakses berbagai layanan pendukung usaha melalui satu platform. Setiap fitur ditempatkan berdasarkan kelompok kebutuhan UMKM agar memudahkan navigasi dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan yang tersedia.

**Tabel 2. Fitur-Fitur Arthawira**

| Kelompok Kebutuhan UMKM      | Fitur                    | Kegunaan                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Keuangan Digital             | Modal Kita               | Membantu UMKM memperoleh informasi dan akses terhadap berbagai alternatif pembiayaan usaha.                                                                                                       |
|                              | Cerdas Finansial         | Mendukung pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha secara digital dan terstruktur.                                                                                                               |
| Pemasaran Digital            | EtalaseKu Promosi Pintar | Menyediakan etalase digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar.<br>Memberikan rekomendasi strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik usaha dan target pasar.       |
| Literasi dan Edukasi Bisnis  | Belajar Usaha Inovasi AI | Menyediakan materi pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan manajemen dan pengembangan usaha.<br>Memberikan rekomendasi berbasis kecerdasan buatan untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. |
| Legalitas dan Jaringan Usaha | LegalMudah               | Membantu pelaku UMKM memahami dan mengurus legalitas usaha secara lebih mudah.                                                                                                                    |
| Pemberdayaan Ekonomi Lokal   | Mitra Connect            | Memfasilitasi perluasan jaringan usaha dan peluang kolaborasi bisnis                                                                                                                              |
|                              | Kerja Lokal              | Menghubungkan pelaku UMKMdengan tenaga kerja yang tersedia di lingkungan sekitar                                                                                                                  |
|                              | Rating Usaha             | Mendukung evaluasi kualitas layanan dan peningkatan kepercayaan pelanggan.                                                                                                                        |

Berdasarkan tabel tersebut, fitur-fitur ArthaWira tidak hanya berfungsi sebagai layanan digital yang berdiri sendiri, tetapi saling terintegrasi dalam mendukung penguatan kapasitas UMKM. Implementasi fitur yang berorientasi pada kebutuhan pengguna diharapkan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan produktivitas, memperluas akses pasar, memperbaiki pengelolaan usaha, serta memperkuat daya saing dalam menghadapi tantangan transformasi digital.

### Strategi Pemasaran Platform

Strategi pemasaran ArthaWira dirancang untuk meningkatkan adopsi platform sekaligus mendorong transformasi digital UMKM secara berkelanjutan. Berbeda dengan pendekatan pemasaran konvensional yang berfokus pada promosi produk, strategi pemasaran ArthaWira

mengedepankan edukasi, pemberdayaan, dan pembangunan komunitas pengguna. Pendekatan ini dipilih karena sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan literasi digital sehingga membutuhkan pendampingan dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengembangan usaha.

a. Edukasi Digital Melalui Konten Informatif

ArthaWira menyediakan berbagai konten edukatif terkait manajemen usaha, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan legalitas usaha. Strategi ini bertujuan meningkatkan literasi digital pelaku UMKM sekaligus memperkenalkan manfaat layanan yang tersedia pada platform.

b. Kolaborasi dengan Komunitas dan Lembaga Pendukung UMKM

Kolaborasi dengan komunitas UMKM, koperasi, dan lembaga pendukung usaha dilakukan untuk memperluas jangkauan sosialisasi platform. Melalui jaringan yang telah terbentuk, informasi mengenai ArthaWira dapat disampaikan secara lebih efektif kepada pelaku usaha.

c. Workshop dan Program Pendampingan

Workshop dan program pendampingan diselenggarakan untuk membantu pengguna memahami penggunaan platform serta meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas adopsi teknologi digital oleh UMKM.

d. Program Referral Pengguna

Program referral diterapkan untuk mendorong pertumbuhan pengguna melalui rekomendasi dari sesama pelaku usaha. Strategi ini memanfaatkan kepercayaan antar pengguna dalam memperluas jangkauan platform.

e. Optimalisasi Media Sosial

Media sosial digunakan sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pengguna. Selain memperluas jangkauan informasi, media sosial juga mendukung interaksi yang lebih aktif antara platform dan pelaku UMKM.

f. Pemanfaatan Testimoni dan Kisah Sukses Pengguna

Testimoni dan kisah sukses pengguna dimanfaatkan untuk menunjukkan manfaat platform dalam mendukung pengembangan usaha. Strategi ini membantu meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan calon pengguna terhadap ArthaWira.

g. Kemitraan dengan Platform Digital

ArthaWira menjalin kemitraan dengan berbagai layanan digital yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Kolaborasi ini bertujuan memperluas akses pengguna terhadap layanan pendukung usaha dan meningkatkan nilai tambah platform.

Secara keseluruhan, strategi pemasaran ArthaWira mengombinasikan edukasi, pendampingan, promosi digital, dan kemitraan untuk meningkatkan adopsi platform serta mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Edukasi Digital Melalui Konten Informatif

### **Kolaborasi dan Peran Pemangku Kepentingan**

Keberhasilan implementasi ArthaWira tidak hanya ditentukan oleh kualitas teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh keterlibatan berbagai pemangku kepentingan yang mendukung pengembangan ekosistem UMKM. Kolaborasi multipihak menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang mampu mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Setiap pemangku kepentingan memiliki peran yang berbeda, namun saling melengkapi dalam mendukung tercapainya tujuan platform.

Gambar 6 ArthaWira



a. Pemerintah

Pemerintah berperan sebagai regulator dan fasilitator dalam mendukung pengembangan UMKM melalui kebijakan yang mendorong transformasi digital, penyederhanaan legalitas usaha, serta pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi. Dukungan pemerintah juga penting dalam memperluas implementasi platform melalui sinergi dengan berbagai program pengembangan UMKM.

b. Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan berperan dalam memperluas akses pembiayaan bagi UMKM. Melalui kolaborasi dengan ArthaWira, pelaku usaha dapat memperoleh informasi mengenai berbagai alternatif pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas usahanya.

c. Komunitas dan Organisasi UMKM

Komunitas dan organisasi UMKM berperan sebagai mitra dalam proses sosialisasi dan pendampingan pengguna. Keberadaan komunitas dapat membantu meningkatkan adopsi platform sekaligus menjadi sarana pertukaran informasi dan pengalaman antar pelaku usaha.

d. Perguruan Tinggi dan Akademisi

Perguruan tinggi dan akademisi berkontribusi melalui kegiatan penelitian, pelatihan, dan pendampingan UMKM. Keterlibatan akademisi juga penting dalam memberikan rekomendasi berbasis ilmiah untuk mendukung pengembangan dan evaluasi platform secara berkelanjutan.

e. Perusahaan Teknologi

Perusahaan teknologi berperan dalam mendukung pengembangan dan pemeliharaan sistem digital ArthaWira. Dukungan tersebut mencakup pengembangan fitur, peningkatan keamanan data, serta integrasi teknologi yang dapat meningkatkan kualitas layanan platform.

f. Masyarakat dan Tenaga Kerja Lokal

Masyarakat menjadi bagian dari ekosistem ArthaWira melalui pemanfaatan peluang kerja dan kolaborasi ekonomi yang tercipta dari aktivitas UMKM. Keterlibatan masyarakat diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperluas manfaat sosial yang dihasilkan platform.

g. Pelaku UMKM sebagai Pengguna Utama

Pelaku UMKM merupakan pengguna utama sekaligus penerima manfaat dari layanan yang tersedia pada ArthaWira. Selain memanfaatkan fitur platform, pelaku usaha juga berperan dalam memberikan umpan balik yang menjadi dasar pengembangan layanan agar tetap sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Secara keseluruhan, kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, komunitas UMKM, perguruan tinggi, perusahaan teknologi, masyarakat, dan pelaku usaha menjadi fondasi utama dalam pengembangan ArthaWira. Sinergi antar pemangku kepentingan tersebut diharapkan mampu menciptakan ekosistem digital yang inklusif, berkelanjutan, dan memberikan dampak nyata bagi penguatan UMKM di Indonesia.

### **Strategi Pendanaan Platform**

Keberlangsungan Platform ArthaWira memerlukan dukungan pendanaan yang memadai agar seluruh layanan dan program yang tersedia dapat berjalan secara optimal. Pendanaan menjadi aspek penting dalam mendukung operasional platform, pengembangan teknologi, serta pelaksanaan kegiatan yang bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM. Oleh karena itu, diperlukan strategi pendanaan yang mampu menjaga stabilitas platform sekaligus mendukung pengembangan layanan secara berkelanjutan.

### **Sumber Pendanaan Platform**

Pendanaan ArthaWira dapat diperoleh melalui berbagai bentuk kerja sama dengan pihak yang memiliki komitmen terhadap pengembangan UMKM dan transformasi digital. Dukungan tersebut dapat berasal dari program pemerintah, lembaga pendukung UMKM, sektor swasta, maupun mitra strategis lainnya yang memiliki perhatian terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Selain dukungan eksternal, platform juga dapat mengembangkan sumber pendapatan mandiri melalui layanan yang memberikan nilai tambah bagi pengguna. Diversifikasi sumber pendanaan diperlukan untuk menjaga keberlanjutan operasional platform serta memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada UMKM dapat terus berkembang sesuai kebutuhan pengguna.

### **Strategi Pengelolaan Keuangan**

Pengelolaan keuangan ArthaWira dilakukan secara terencana dengan mengutamakan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi. Setiap alokasi dana diarahkan untuk mendukung kebutuhan utama platform, seperti pengembangan sistem, pemeliharaan teknologi, pelaksanaan program edukasi, serta kegiatan pendampingan bagi pelaku UMKM.

Evaluasi penggunaan anggaran dilakukan secara berkala guna memastikan bahwa setiap sumber daya dimanfaatkan secara efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, platform diharapkan mampu mempertahankan kualitas layanan sekaligus meningkatkan kepercayaan pengguna dan mitra yang terlibat dalam pengembangannya.

### **Dampak dan Pengembangan Platform**

ArthaWira dirancang sebagai platform digital yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung aktivitas usaha, tetapi juga sebagai instrumen yang dapat memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM. Melalui integrasi berbagai layanan dalam satu ekosistem digital, platform ini diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang berkelanjutan bagi para pelaku usaha.



### **Dampak Ekonomi dan Sosial**

Implementasi ArthaWira diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui kemudahan akses terhadap informasi, layanan bisnis, serta peluang pengembangan usaha. Pemanfaatan platform secara optimal berpotensi membantu pelaku usaha meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat kemampuan dalam mengelola bisnis.

Dari aspek sosial, platform ini diharapkan mampu memperluas akses masyarakat terhadap teknologi digital serta mendorong terciptanya kolaborasi antar pelaku usaha. Kehadiran ArthaWira juga berpotensi mendukung pemberdayaan ekonomi lokal melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan jaringan usaha yang lebih inklusif.

### **Peningkatan Literasi dan Daya Saing UMKM**

Salah satu manfaat utama yang diharapkan dari implementasi ArthaWira adalah meningkatnya literasi digital dan kemampuan manajerial pelaku UMKM. Melalui berbagai fitur edukasi dan pendampingan, pengguna dapat memperoleh pengetahuan yang mendukung pengelolaan usaha secara lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Peningkatan kemampuan tersebut diharapkan berdampak pada meningkatnya daya saing UMKM, baik dalam aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, maupun pengembangan usaha. Dengan kemampuan yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM dapat lebih siap menghadapi perubahan pasar dan persaingan bisnis yang semakin dinamis.

### **Pengembangan Platform Berkelanjutan**

Pengembangan ArthaWira dilakukan secara berkelanjutan agar layanan yang tersedia tetap relevan dengan kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi. Proses pengembangan dilakukan melalui evaluasi berkala terhadap pengalaman pengguna, penyempurnaan fitur, serta penyesuaian layanan berdasarkan masukan dari pelaku UMKM.

Selain penguatan aspek teknologi, pengembangan platform juga didukung oleh kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, komunitas UMKM, dan sektor swasta. Kolaborasi tersebut diharapkan dapat memperkuat ekosistem digital UMKM sehingga manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan secara lebih luas dan berkelanjutan.

### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam proses transformasi digital, mulai dari keterbatasan literasi digital, akses pembiayaan yang belum optimal, pengelolaan keuangan yang kurang terstruktur, hingga terbatasnya pemanfaatan teknologi dalam aktivitas usaha. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian UMKM belum mampu mengembangkan potensinya secara maksimal dalam menghadapi persaingan ekonomi digital.

Sebagai solusi atas berbagai permasalahan tersebut, Platform ArthaWira dirancang sebagai ekosistem digital yang menyediakan layanan terpadu berupa akses pendanaan, pencatatan keuangan digital, pemasaran online, edukasi bisnis, pengembangan jaringan kemitraan, pemanfaatan kecerdasan buatan, dan layanan legalitas usaha. Dengan dukungan berbagai pemangku kepentingan, platform ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas digital, efisiensi operasional, akses pasar, serta daya saing UMKM sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Emerald Publishing. (2017). *Author Guidelines*. Retrieved 1 27, 2017, from Emerald Publishing: [http://www.emeraldgrouppublishing.com/products/journals/author\\_guidelines.htm?id=JHOM](http://www.emeraldgrouppublishing.com/products/journals/author_guidelines.htm?id=JHOM)
- Pribadi, B. A., & Delfy, R. (2015). Implementasi Strategi Peta Konsep (Concept Mapping) dalam Program Tutorial Teknik Penulisan Artikel Ilmiah. *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, 16(2), 76-88. Retrieved from <http://jurnal.ut.ac.id/JPTJJ/article/view/408/421>
- Rohmah, N., Huda, M., & Kusmintardjo, A. Y. (2016). Strategi Peningkatan Kemampuan Dosen dalam Penulisan Karya Ilmiah (Studi Multi Kasus pada UNISDA dan STADIRA di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Pendidikan*, 1(7), 1312-1322. Retrieved from <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/6560/2795>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). Transformasi Digital UMKM Indonesia.
- Kergroach, S. (2021). *SMEs Going Digital: Policy Challenges and Recommendations*. OECD Publishing.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- United Nations Development Programme (UNDP). (2021). *Digital Transformation and Inclusive Economic Growth*.
- World Bank. (2025). *SME Finance*. World Bank Group.