



**STRATEGI DALAM MEMBANGUN E-BUSINESS BAGI PELAKU UMKM  
MENUJU DIGITALISASI  
(BUILD E-BUSINESS FOR MSME ACTORS TOWARDS DIGITALIZATION)**

---

**A. A Gede Ajusta, Nurullah Sururi Afif, Anantha Zakharia**  
**Universitas Bina Sarana Informatika**  
**(Naskah diterima: 1 September 2022, disetujui: 31 Oktober 2022)**

***Abstract***

*This study aims to research methods used qualitative methods with reference to the Strategy to Build E-Business for MSME Actors Towards Digitalization. Data collection techniques through interviews with similar companies and Product Launching experts. The results of the analysis show that there are 4 things that must be done in building e-business for MSMEs including:*

*1. Development of E-Business Architecture 2. Installation 3. Selection of Development Options  
4. Applications that have been selected and implemented are expected to be well integrated with all existing applications. 5. Operation/Maintenance. In building E-Business, it is not merely transferring conventional business into E-Business, but the most important thing is consistency in terms of updating information, technology, good systems, good management, fast service and response, and communication with customers or consumers. . So that consumers become satisfied and continue to make repeat orders, it remains only for MSME entrepreneurs to continue to develop the market with promotions on various promotion platforms.*

**Keyword:** *Strategy, Build E-Business, MSME Actors.*

***Abstrak***

Penelitian ini bertujuan untuk Metode Penelitian yang digunakan Metode Kualitatif dengan mengacu pada Strategi Membangun E-Business Bagi Pelaku UMKM Menuju Digitalisasi . Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan perusahaan sejenis dan pakar Launching Produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada 4 hal yang harus dilakukan dalam membangun e-business bagi UMKM diantaranya :1.Pembangunan Arsitektur E-Business, 2.Instalasi, 3.Pemilihan Opsi Pengembangan, 4.Aplikasi yang telah dipilih dan diimplementasikan diharapkan dapat terintegrasi dengan baik dengan semua aplikasi yang telah ada sebelumnya.5.Operasi/Pemeliharaan. Dalam membangun E-Business, semata mata tidak hanya menindahkan bisnis konvensional kedalam E-Business, namun hal terpenting adalah konsistensi dalam hal update informasi, teknologi, system yang baik, manajemen yang baik, pelayanan dan respon yang cepat, serta komunikasi dengan pelanggan atau kosumen. Sehingga konsumen menjadi puas dan terus melakukan repeat order tinggal pelaku usaha UMKM terus mengembangkan pasar dengan promosi diberbagai platform promotion.

**Keyword:** *Strategi, Bangun E-Business, PelakuUMKM.*

## I. LATAR BELAKANG

**I**ndonesia memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dominan dibandingkan dengan usaha lainnya yang lebih besar. UMKM merupakan salah satu alternatif lapangan kerja baru untuk mengurangi dampak pengangguran di Indonesia. Selain itu, UMKM juga memberi peran penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. “Kebutuhan modal untuk investasi awal pada UMKM tergolong kecil serta tingkat penyerapan sumber daya manusia yang relatif tinggi menjadikan UMKM dengan mudah bisa menyesuaikan dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus menerus berubah seriring dengan berkembangnya waktu. Hal ini menyebabkan UMKM tidak rentan terhadap berbagai perubahan eksternal” (Wijoyo & Widiyanti, 2020).

Sejak terjadinya pandemic Covid-19, digitalisasi UMKM mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Sebagian kecil pelaku UMKM seperti grosir market, perlengkapan kesehatan, perlengkapan kebersihan, jasa kebersihan, jasa laundry dan beberapa usaha sejenis lainnya mampu memetik hasil dan keuntungan ditengah pandemi Covid-19. Terjadi perubahan sistem pemasaran secara

drastis pada saat pandemi Covid-19, yakni dari sistem pemasaran konvensional yang berubah menjadi online. Meskipun demikian, dukungan pemerintah terhadap UMKM khususnya di masa pandemi Covid-19 tetap bertahan. Salah satu bentuk bantuan yang diberikan yaitu dengan terus memberikan promosi dan mengimbau masyarakat untuk membeli produk-produk loka dari pelaku UMKM yang diberikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Informasi dan Komunikasi memberikan dukungan berupa pelatihan digitalisasi bagi pelaku UMKM, agar pelaku UMKM menjadi melek teknologi, khususnya Teknologi digitalisasi dalam bentuk *Electronic Business* (E-Business).

## II. KAJIAN TEORI

Sugiyono (2011), “Membagi analisis data dalam penelitian, berdasarkan tahapan alam penelitian kualitatif”. Tahapan penelitian kualitatif menurut Spradley bahwa proses penelitian kualitatif setelah memasuki lapangan, dimulai dengan menetapkan seseorang informan kunci “*key informant*” yang merupakan informan yang berwibawa dan dipercaya mampu “membukakan pintu”

kepada peneliti untuk memasuki obyek penelitian.

Setelah itu peneliti melakukan wawancara kepada informan tersebut dan mencatat hasil wawancara. Selanjutnya perhatian peneliti pada obyek penelitian dan memulai mengajukan pertanyaan deskriptif, dilanjutkan dengan analisis terhadap hasil wawancara.

Menurut Nasution (1998), “penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang-orang dan prilaku yang diamati. Dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif sebanyak mungkin yang akan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian”.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah diakui memiliki peran penting terhadap proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini tidak hanya terbukti di negara – negara yang sedang berkembang (NSB) seperti Indonesia, tetapi juga di negara- negara maju (NM). Seperti halnya di negara berkembang, UMKM juga memiliki peran yang sangat penting bagi negara maju. Hal ini dikarenakan kelompok UMKM dianggap mampu menyerap tenaga kerja paling banyak jika dibandingkan dengan

usaha besar (UB) sehingga dapat mengurangi dampak pengangguran. Disisi lain, kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestic bruto (PDB) paling besar jika dibandingkan dengan kontribusi dari usaha besar”. (Tambunan, 2008).

Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo, “transaksi platform perdagangan elektronik dibanding Februari tahun lalu tumbuh sekitar 12% yang mencapai Rp 30,8 triliun. Transisi ini tentu mendorong Bank Indonesia untuk mengembangkan program digitalisasi UMKM”. (Bank Indonesia, 2022)

Menurut Siregar (2019) “digitalisasi merupakan proses perubahan sifat dari yang semula dalam bentuk fisik dan analog berubah menjadi bentuk virtual dan digital”.

Menurut Asaniyah (2017) definisi digitalisasi yaitu, “suatu proses dalam pergantian media dari bentuk cetak ke dalam bentuk elektronik”.

Globalisasi pasar berimplikasi pada pelaku UMKM yang harus bersaing dalam pemasaran produk. Perkembangan teknologi yang diintegrasikan dengan perdagangan bergerak begitu pesat sehingga melahirkan revolusi industri 4.0. Persoalannya adalah

pelaku UMKM masih mengandalkan cara konvensional untuk menjalankan bisnis. (Ariescy, 2021).

Website Bank Indonesia, 2022. Gubernur Bank Indonesia.

### **III. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Konsep yang dianalisis dari penelitian ini adalah Strategi Launching Produk Bisnis UMKM.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara, yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pernyatanya itu. (Moleong,2013). “Analisis data adalah proses yang mencari dan menyusun secara sistematis dari data yang diperoleh dari hasil

wawancara dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sistensi, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dianalisis dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain”.

Menurut Santori & Komariah (2012) diperlukan tahapan analisis data yaitu: Pengumpulan data (*data collection*) Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan penelaah dokumen pada subjek penelitian yang akan diteliti oleh penulis.

**Reduksi data (*reduction*)** Data yang telah diperoleh kemudian ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan disusun berdasarkan data yang diperoleh, dirangkum, dipilih hal-hal pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting.

**Penyajian data (*data display*)** Langkah selanjutnya adalah mereduksi data atau menyajikan data. Teknik penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Data display untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi dan juga

untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Kesimpulan dan verifikasi Selanjutnya adalah penarik kesimpulan dan verifikasi dari apa yang telah direduksi sebelumnya. Verifikasi dilakukan sepanjang penelitian berlangsung sejalan dengan triangulasi sehingga menjamin signifikansi atau kebermaknaan hasil penelitian.

### **Teknik Analisa Data**

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang ada. Moleong (2013) membedakan empat macam triangulasi yaitu memanfaatkan sumber, metode, dan teori. Berikut penjelasan tiga macam triangulasi diatas. Uji triangulasi yang dilakukan penulis adalah memperoleh data melalui hasil wawancara dengan keempat informan yang telah ditetapkan, kemudian hasil wawancara akan diuji keabsahannya dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Jawaban kelima informan yang diperoleh dari hasil wawancara akan dibandingkan satu dengan yang lain untuk diuji konsistensinya dari hasil wawancara yang didapat.

## **IV. HASIL PENELITIAN**

### **Tujuan yang ingin dicapai**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah memberikan *guiding* atau menjadi pedoman bagi para pelaku UMKM untuk membangun bisnisnya menjadi bisnis elektronik atau konversi menjadi bisnis yang berbasis digital, untuk memperluas pangsa pasar. Kedepannya pelaku UMKM terus berkembang menjadi usaha yang semakin besar dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan pasar.



Gambar : 1. Digitalisasi UMKM

### **Tahap Membangun Digitalisasi UMKM diantaranya :**

#### **A. Visi dan Prospek**

Dalam membangun sistem digitalisasi UMKM bukan hanya mengkomputerisasi System Informasi bisnis yang kemudian dihubungkan ke Internet. Karena system akan sulit bertahan, jika pemahaman itu yang menjadi landasan dalam membangun sistem e-Business.



Gambar 2. Memahami Digitalisasi UMKM

### **B. Tahap-Tahap membangun Sistem Digitalisasi UMKM**

Bisnis berbasis elektronik, dalam hal ini sering kita sebut dengan E-Business adalah sebuah kegiatan bisnis yang menggunakan fasilitas jaringan internet. Dalam pelaksanaannya, perusahaan yang akan mengaplikasikan e-Business dalam usahanya tentunya membutuhkan rencana agar penerapannya bisa efektif.

1. Medayagunakan komputer personal, jaringan komputer dan internet seoptimal mungkin.
2. Membangun halaman web untuk jalinan komunikasi antara perusahaan dengan konsumen.
3. Membangun System Informasi e-Business yang efektif
4. Mengembangkan System Informasi yang bersifat inter platform

Keempat point diatas harus terpenuhi untuk melanjutkan ke tahap pembangunan system E-Business. Setelah semua terpenuhi di atas barulah kita melangkah dalam tahap pembangunan system E-Business, meliputi:

1. Pembangunan Arsitektur E-Business. Ini adalah framework konseptual dari infrasktruktur dan aplikasi E-Business. Yang selama proses pengembangannya terdiri dari enam langkah, yaitu:
  - a. Pendefinisian visi dan tujuan dari organisasi merupakan langkah awal untuk mendapatkan gambaran umum.
  - b. Pendefinisian arsitektur informasi, adalah langkah selanjutnya untuk mengetahui situasi dan kondisi dalam rancangan pengembangan e-Business.
  - c. Pendefinisian arsitektur data, seperti pengklasifikasian data yang dibutuhkan, cara pengolahannya dan sasaran yang ingin diambil untuk pengembangan.
  - d. Pendefinisian arsitektur aplikasi, untuk menentukan jenis aplikasi dan batasan-batasan yang diinginkan dalam bidang keamanan.
  - e. Pendefinisian arsitektur teknikal, untuk menentukan jenis-jenis

hardware dan software secara keseluruhan.

f. Pendefinisian arsitektur organisasi, untuk menentukan berbagai hal yang berhubungan dengan sumber daya, baik berupa manusia, keuangan, dan waktu yang dipergunakan.

2. Instalasi.

Langkah ini diambil untuk mengimplementasian aplikasi yang telah dibangun. Aktifitas instalasi ini dapat dilaksanakan langsung oleh para tenaga ahli yang ada di perusahaan tersebut atau menggunakan tenaga outsourcing, dan berhubungan erat dalam opsi pengembangan yang dilakukan sebelumnya.

3. Pemilihan Opsi Pengembangan.

Pengembangan aplikasi dari E-Business pada dasarnya mengikuti beberapa pendekatan yang berakhir pada pemilihan salah satu dari opsi tersebut.

Beberapa pendekatan tersebut adalah:

- Membeli aplikasi
- Menyewa (lease)
- Membangun sendiri (in-house development)
- Bekerjasama dengan pihak ketiga
- Penyebaran/Integrasi.

4. Aplikasi yang telah dipilih dan diimplementasikan diharapkan dapat terintegrasi dengan baik dengan semua aplikasi yang telah ada sebelumnya.

5. Operasi/Pemeliharaan.

Perencanaan yang baik sangat diperlukan agar seluruh pengim-plementasian yang telah dilakukan dapat berjalan dengan sempurna. Ke tahap pengembangan selanjutnya untuk penyempurnaan aplikasi yang telah diimplementasikan sesuai dengan maksud dan tujuan aplikasi tersebut dibangun.



Gambar 3. Penerapan Digitalisasi UMKM

### **C. Manajemen Teknologi E-Business**

Manajemen teknologi dalam proses E-Business ini pada umumnya dapat dikelompokkan dalam dua perspektif, yaitu:

#### **1. Perspektif Teknis.**

Dilihat dari sisi teknis, manajemen teknologi informasi dalam E-Business dibagi kedalam dua fungsi, yaitu fungsi penciptaan dan fungsi penyebaran.

#### **a. Fungsi Penciptaan**

Dalam fungsi penciptaan, manajemen teknologi itu dapat berpacu pada aspek-aspek berikut:

- Teknologi informasi harus mampu menjadi medium atau sarana untuk mengubah fakta-fakta atau kejadian-kejadian sehari-hari yang dijumpai dalam bisnis perusahaan. Dua cara umum yang biasa digunakan, yaitu secara manual dan otomatis.
- Teknologi harus mampu merubah data mentah yang telah dikumpulkan tersebut menjadi informasi yang relevan bagi setiap penggunanya(stakeholders).

#### b. Fungsi Penyebaran

Dilihat dari fungsi manajemen teknologi E-Business dapat meliputi kegiatan manajemen yang berhubungan dengan aspek penyebaran sebagai berikut:

- Gathering
- Organising
- Selecting
- Synthesizing
- Distributing

#### 2. Perspektif Manajerial

Dilihat dari sisi bisnis dan manajerial, terutama dalam kaitannya

dengan Manajemen Supply Chain, ada 4 (empat) peranan yang diharapkan perusahaan dari implementasi efektif sebuah teknologi informasi.

- a. Minimize Risks. Setiap bisnis memiliki resiko, terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor keuangan.
- b. Reduce Costs. Teknologi informasi diharapkan dapat berkotribusi dalam perbaikan efisiensi dan optimalisasi proses-proses bisnis di perusahaan.
- c. Create New Realities. Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, telah mampu menciptakan suatu arena bersaing baru bagi perusahaan, yaitu di dunia maya. Berbagai konsep E-Business semacam E-Commerce, E-Procurement, E-Customers, E-Loyalty, dan lain-lain pada dasarnya meruapakan suatu cara memandang baru di dalam menanggapi mekanisme bisnis di era globalisasi informasi.

#### **D. Pemodelan Sistem**

Membangun sebuah sistem yang besar dan kompleks System Informasi e-Business, tim

pembuat pembuat sistem perlu membuat model yang akan di proses menjadi informasi. Penggambaran pemodelan dapat menggunakan sistem flowchart.

### **E. Metode Daur Hidup untuk Membangun System Informasi e-Business**

Metode daur hidup mempunyai proses dokumentasi yang rapi. Metode daur hidup terdiri dari beberapa tahapan proses, yaitu :

#### 1. Tahap perencanaan

Tahap ini sangat penting karena pada tahap ini permasalahan yang sebenarnya didefinisikan secara rinci. Tahap perencanaan mempersiapkan sistem e-bisnis meliputi :

- Memahami permasalahan yang muncul dan mendefinisikan secara rinci
- Merumuskan kasus-kasus bisnis yang ingin diselesaikan
- Mengestimasikan total investasi yang akan disediakan
- Rencana aksi yang kongkrit

#### 3. Tahap Analisis

Tahap ini harus dilakukan seobyektif mungkin agar hasilnya tidak bias.

- Untuk menganalisa, dapat menggunakan 6 dimensi kelayakan

yaitu kelayakan teknis, pengembalian ekonomis, pengembalian non ekonomis, hukum dan etika, operasional, jadwal.

- Faktor lain dalam menganalisa yaitu kelayakan organisasi, memilih kelompok bisnis, kemungkinan permodalan, tingkat koperasi produk, lingkungan operasional sistem dan sistem harga.
- Apabila diketemukan indikasi ketidaklayakan maka cari penyebabnya selanjutnya susun langkah konkret.

#### 3. Tahap Perancangan

Tahap perancangan merupakan fase pemahaman kriteria kebutuhan sistem. Hal yang harus perhatikan beberapa hal berikut:

- Kebutuhan perusahaan
- Kebutuhan operator
- Kebutuhan pemakai
- Kebutuhan teknis

#### 4. Tahap Penerapan

Tahap ini merupakan kegiatan untuk mengimplementasikan rancangan yang telah disusun sebelumnya agar dapat diwujudnyatakan. Untuk proses yang terdapat di luar sistem komputer, disusunlah sebuah konvensi atau perjanjian atau tata tertib, agar

setiap orang yang terlibat dapat mengikuti alur yang telah ditetapkan.

#### 5. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, dilakukan uji coba sistem yang telah selesai disusun. Evaluasi merupakan uji coba sistem yang berguna untuk:

- Memastikan sistem sudah berjalan dengan benar
- Memastikan sesuai karakteristik yang ditetapkan
- Memastikan tidak terjadi kesalahan sampai ke penelusuran dan keterlibatan data

#### 6. Tahap Penggunaan dan Pemeliharaan

Pada tahap ini, sistem yang telah diuji coba dan dinyatakan lolos dapat mulai digunakan untuk mengenal proses e-Business yang sesungguhnya. Pemeliharaan sistem secara rutin dapat meliputi penataan ulang database, membackup, dan scaning virus. Serta pembetulan atas kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi dan belum diketahui sebelumnya.

##### a. Faktor-faktor penyebab kegagalan

1. Sering orang memandang System Informasi e-Business adalah paling utama dan penting, sementara

melupakan komitmen dan konsistensi terhadap materi informasi, produk dan respon layanan kepada konsumen.

2. Antar-muka System Informasi e-Business sering kurang interaktif, kurang komunikatif dan kurang mudah digunakan oleh konsumen, karena antar muka sering dibangun berdasarkan selera pembuatnya.
3. Perubahan cara pandang, pola berbisnis, dan sistem dari tradisional dan lokal menjadi moderen dan global; perusahaan dan pebisnis membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut.
- b. Kebutuhan Sistem Informasi e-business :
  1. Efisien dan efektif
  2. Trend masa depan
  3. Integrated dengan sistem yang lain
  4. Keamanan data
  5. Interaktif

#### F. Faktor Keberhasilan Implementasi e-business

Terdapat beberapa strategi dalam mengimplementasikan e-business, beberapa

faktor kesuksesan implementasi E-Business, antara lain:

1. Ekspektasi dari perusahaan ditunjang dengan ketersediaan dana.
2. Jadwal dan waktu implementasi yang memadai.
3. Pengetahuan akan proses bisnis, kompetensi dan pengalaman dalam pembangunan e- Business system.
4. Komunikasi baik secara fungsional dan cross-fuction.
5. Komitmen yang tinggi dari semua pihak yang terlibat.

## **V.KESIMPULAN**

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah dalam membangun Digitalisasi UMKM, ada beberapa hal yang harus dilakukan, tahap demi tahap diantaranya :

1. Pembangunan Arsitektur E-Business. Ini adalah framework konseptual dari infrasktruktur dan aplikasi E-Business. Yang selama proses pengembangannya terdiri dari enam langkah, yaitu:
  - a. Pendefinisian visi dan tujuan dari organisasi merupakan langkah awal untuk mendapatkan gambaran umum.

- b. Pendefinisian arsitektur informasi, adalah langkah selanjutnya untuk mengetahui situasi dan kondisi dalam rancangan pengembangan e-Business.
  - c. Pendefinisian arsitektur data, seperti pengklasifikasian data yang dibutuhkan, cara pengolahannya dan sasaran yang ingin diambil untuk pengembangan.
  - d. Pendefinisian arsitektur aplikasi, untuk menentukan jenis aplikasi dan batasan-batasan yang diinginkan dalam bidang keamanan.
  - e. Pendefinisian arsitektur teknikal, untuk menentukan jenis-jenis hardware dan software secara keseluruhan.
  - f. Pendefinisian arsitektur organisasi, untuk menentukan berbagai hal yang berhubungan dengan sumber daya, baik berupa manusia, keuangan, dan waktu yang dipergunakan.
2. Instalasi. terintegrasi dengan baik dengan semua aplikasi yang telah ada sebelumnya.
3. Operasi/Pemeliharaan. Perencanaan yang baik sangat diperlukan agar seluruh pengimplementasian yang telah dilakukan dapat berjalan dengan sempurna. Ke tahap pengembangan

selanjutnya untuk penyempurnaan aplikasi yang telah diimplementasikan sesuai dengan maksud dan tujuan aplikasi tersebut dibangun.

Dalam memenangkan persaingan bisnis, diperlukan inovasi, bisnis tidak hanya dibangun secara konvensional, tetapi juga dibangun bisnis dengan menerapkan digitalisasi berupa E-Business, sebagai bentuk pengembangan pasar dan pengembangan usaha.

Nasution, 1998, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta Penerbit Agung Media.

Satori & Komariah. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Penerbit Ifabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Tambunan, Tulus, 2008. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting*, Jakarta : LP3ES.

Wijoyo, H., & Widiyanti. 2020. *Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Riau*. Prosiding Sinagara: Inovasi Dalam Mewujudkan Sdg's Pada Era Post Pandemik, 1(1), 12–16.

## DAFTAR PUSTAKA

Ariescy, 2021. *Inovasi Pemasaran Produk Ukm Dalam Meningkatkan Daya Saing*. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/17276>.6(2).https://doi.org/10.24815/jimen.v6i2.17276

Asaniyah, N. 2017. *Pelestarian Informasi Koleksi Langka. Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi*. Buletin Perpustakaan. Buletin Perpustakaan,57(Juni), 85–94.

Bank Indonesia, 2022.

Moleong, L.J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*

*Edisi Revisi*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya