JOURNAL SYNTAX IDEA p–ISSN: 2723-4339
e-ISSN: 2548-1398 Vol. 7, No. 04, April 2025

PERAN MANAJEMEN BISNIS DIGITAL DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA MAMUJU, SULAWESI BARAT

Sumarni
Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar,Indonesia
sumarniarni951@gmail.com

Abstrak

Era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara bisnis dijalankan, mengharuskan perusahaan untuk mengadopsi teknologi dalam operasi dan strategi mereka. Perubahan ini menciptakan kebutuhan akan manajemen bisnis digital yang mampu merespons perkembangan teknologi yang cepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran manajemen bisnis digital dalam meningkatkan efisiensi operasional, pengalaman pelanggan, dan pertumbuhan UMKM di era digital, khususnya di wilayah Mamuju. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menerapkan strategi digital serta solusi yang dapat digunakan untuk mengatasinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis literatur dan studi kasus. Studi dilakukan pada berbagai UMKM di Mamuju untuk memahami bagaimana mereka menerapkan manajemen bisnis digital dalam kegiatan operasionalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital, strategi pemasaran berbasis data, dan manajemen sumber daya digital merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan bisnis. UMKM yang berhasil menerapkan strategi digital cenderung menunjukkan peningkatan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Pengelolaan bisnis secara digital terbukti memberikan kontribusi besar terhadap efisiensi operasional, peningkatan pengalaman pelanggan, dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan sumber daya, kurangnya literasi digital, dan kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan teknologi yang terus berkembang. Solusi yang ditemukan meliputi pelatihan digital, pemanfaatan data nasabah, dan investasi pada sistem digital yang efisien. Implikasi dari temuan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi teknologi di semua aspek bisnis untuk bertahan dan berkembang di era digital.

Kata Kunci: Manajemen bisnis digital, transformasi digital, strategi pemasaran, teknologi bisnis, inovasi digital

Abstract

The digital age has brought significant changes in the way businesses are run, requiring companies to adopt technology in their operations and strategies. These changes create the need for digital business management that is able to respond to rapid technological developments. The purpose of this research is to analyze the role of digital business management in improving operational efficiency, customer experience, and growth of MSMEs in the digital era, particularly in the Mamuju region. This research also aims to identify challenges faced by MSMEs in implementing digital strategies as well as solutions that can be used to overcome them. This research uses a qualitative approach with literature analysis and case study methods. Studies were conducted on various MSMEs in Mamuju to understand how they implement digital business management in their operational activities. The results show that digital transformation, data-driven marketing strategies, and digital resource management are key factors that determine business success. MSMEs that successfully implement digital strategies tend to show increased operational efficiency and customer satisfaction. Digital business management is proven to contribute greatly to operational efficiency, improved customer experience, and overall business growth. Challenges

faced include limited resources, lack of digital literacy, and the need to continuously adapt to evolving technology. Solutions found include digital training, utilization of customer data, and investment in efficient digital systems. The implications of these findings underscore the importance of technology integration across all aspects of a business to survive and thrive in the digital age.
Keywords: Digital business management, digital transformation, marketing strategy, business technology, digital innovation

PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong entrepreneurship untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan (Astuti, Sayudin, & Muharam, 2023; Astuti & Muhafifah, 2023). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2022 melansir sebanyak kurang lebih 10.321 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika terus meningkatkan jumlah pelaku UMKM agar dapat menjual barangnya secara online bekerja sama dengan e-commerce dengan program 8 Juta UMKM Go Online (Ana et al., 2021; Sitompul, 2023; Warganegara D., 2023).

Sehingga pemerintah berharap dapat mempercepat digitalisasi UMKM di Indonesia. Namun sayangnya literasi digital di indonesi masih sangat rendah. Indonesia menempati urutan ke 10 negara. Perkembangan ekonomi digital dan ekonomi modern terjadi dikarenakan terus meningkatnya perkembangan Teknologi Informasi (TI) (Astuti, Sayudin, Khan, et al., 2023; Mazloum Yar et al., 2022; Nugroho Sujiono & Astuti, 2024; Saied et al., 2023). Pada saat ini, seluruh bagian dari perusahaan sangat dipengaruhi teknologi informasi, misal dari produksi hingga sampainya barang sehingga dapat di konsumsi oleh konsumen. Selain itu, perkembangan teknologi informasi membuat efesiensi yang tidak pernah dicapai sebelumnya. Tidak ketinggalan Tuasan juga menjadi bagian yang terdampak oleh teknologi informasi.

Fakta menunjukan bahwa dalam laporan Boston Consulting Group (BCG) dan Telkom Indonesia, adaptasi yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang *food and beverage* menjadi yang tertinggi dibandingkan bagian di bidang lainnya. Setelah dilakukan survei terhadap 3.700 UMKM yang dimiliki oleh orang Indonesia, 71% dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk mencari *supplier*. Sedangkan 69% menggunakan untuk menjangkau *customer*. Sehingga bidang *food and beverage* menjadi bidang tertinggi daripada bidang lain. Walaupun sudah menjadi yang tertinggi, UMKM bidang *food and beverage* hanya 26% dalam digitallisasi dan menggunakan teknologi digital untuk menganalisis pasar baru 23%. Hal ini juga terjadi di bidang lain yang umumnya berada pada kisaran 50%-70% dalam memasok dan menjual, sedangkan dalam penggunaan alat analisis pasar sekitar 20-30%.

Pada daerah Tuasan, perkembangan ekonomi digital dalam bisnis sangat berdampak akibat perkembangan teknologi digital. Hal ini tidak melihat skala besar maupun kecil, hampir seluruh bisnis telah menggunakan teknologi informasi dalam meningkatkan usaha dan daya saing. Mereka memanfaatkan teknologi perekonomian lokal. Berbagai sektor bisnis, baik besar maupun kecil, mulai memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saing mereka. Pemanfaatan platform digital dalam pemasaran

produk, penggunaan aplikasi manajemen keuangan, dan penggunaan analitik data untuk memahami perilaku konsumen adalah beberapa contoh nyata bagaimana TI membantu bisnis berkembang.

Fenomena ini menunjukan pentingnya teknologi informasi juga memungkinkan partisipasi ekonomi yang lebih besar. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Tuasan mulai menggunakan teknologi untuk mencapai pasar yang lebih luas daripada hanya pasar lokal. Akses ke layanan digital dan platform e-commerce memungkinkan mereka untuk meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan proses bisnis (Lim & De Run, 2022; Nwankwo & Ayoade, 2022; Smith & Brown, 2019; Teresya et al., 2022; Witi, 2021). Namun, terlepas dari semua keuntungan, ada kesulitan. Agar Tuasan dapat memanfaatkan potensi ekonomi digital, diperlukan infrastruktur teknologi yang memadai dan literasi digital. Oleh karena itu, perlu ada kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat untuk memperkuat ekosistem teknologi informasi di wilayah ini.

Dikutip dari penelitian Naibaho yang memiliki judul "Peranan dan Perencanaan Teknologi Informasi Dalam Perusahaan". Pada penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah peranan dan perencanaan TI di perusahaan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan memiliki acuan terhadap pendapat ahli dan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa adanya perubahan konsep strategi dan perencanaan strategi. Hal ini dilihat dari untuk mendapatkan kemenangan persaingan diharuskan memiliki kompetensi inti. Asal dari kompetensi ini merupakan penciptaan strategi yang sesuai keinginan maupun tiba-tiba mengalami kemunculan. Dengan mempunyai data maupun informasi, perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar persaingan. Dengan adanya teknologi informasi,, perusahaan bisa mengetahui aglomerasi profil konsumen, selera konsumen, dan *feedback* konsumen mengenai produk. Perusahaan diharuskan untuk dapat bersaing dalam bisnis agar dapat memimpin pasar (Naibaho, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian Siregar & Nasutian yang berjudul " Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online" menjelaskan bahwa meningkatnya perluasan pasar dapat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui teknologi informasi, pengusaha bisa mengoperasionalkan perusahaannya lebih mudah dengan internet dan media sosial. Kombinasi dengan teknologi ini dilakukan dalam rangka mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada sebelumnya. Maka perusahaan yang menolak teknologi di dalam sistem manajemen perusahaan dapat mengakibatkan penurunan keuntungan yang tinggi (Lisma Yana Siregar, 2024).

Hasil penelitian Gemawaty yang berjudul tentang "Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi DKI Jakarta" mengungkapkan dalam peningkatan ekonomi di Provinsi DKI Jakarta dipengaruhi perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) terkhusus pada teknologi informasi dan Komunikasi (TIK). Penggunaan TIK sudah membuka peluang baru dan mengakibatkan pengaruh positif di berbagai sektor, seperti meningkatnya ekosistem start-up, meluaskan e-commerce, meningkatkan sarana pendidikan, mengefisienkan fasilitas dan layanan publik, konektivitas yang akseptabel, dan mobilitas yang semakin tinggi adalah berbagai hasil dari penggunaan TIK di DKI Jakarta. Sehingga sangat disarankan untuk meningkatkan infrastruktur TIK, memberikan bantuan terhadap start-up, meningkatkan sumber daya manusia di sektor TIK, dan selalu memastikan bahwa pemerintah tetap memberikan kebijakan yang tepat dan terus mendukung perkembangan TIK. Dengan menerapkan pendekatan holistik, mengoptimalkan potensi TIK yang ada di

DKI Jakarta (Gemawaty, 2024).

Selanjutnya penelitian dari Prabowo, Saebah & Merthayasa yang berjudul tentang "Pemanfaαταν Teknologi Informasi Dan Manajemen Perubahan Pada Kegiatan Bisnis Di Era Globalisasi" Penelitian ini memiliki hasil adanya penggunaan teknologi informasi dalam mengambil Keputusan, menggunakan kecerdasan buatan (AI), memasarkan digital dan media sosial, integrasi dan komunikasi digital. Selain itu, dalam integrasi terhadap manajemen perubahan adalah dengan melakukan kombinasi teknologi baru, merger dan akuisisi, dan kelonggaran dalam organisasi. Pada penelitian ini, tujuannya merupakan bagaimana teknologi informasi dan manajemen perubahaan dimanfaaatkan untuk berkontribusi terhadap aktivitas bisnis di zaman globalisasi (Oxy Hendro Prabowo, Alit Merthayasa, 2023).

Melalui pendekatan ini teknologi informasi memainkan peran penting dalam transformasi ekonomi dan bisnis digital di Tuasan. Dengan memanfaatkan TI, peluang pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi lebih terbuka. Latar belakang ini bertujuan untuk meninjau Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis Digital dan Ekonomi di Tuasan. Kajian ini penting untuk menjawab pertanyaan tentang tentang Bagaimana peran teknologi informasi dalam meningkatkan daya saing bisnis di Tuasan dan Sejauh mana dampak penggunaan teknologi informasi terhadap pertumbuhan ekonomi dan inklusi ekonomi di mamuju.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang. UMKM berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, serta pemerataan kesejahteraan. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen akibat digitalisasi, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan teknologi dan strategi bisnis digital agar tetap kompetitif.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Kemunculan e-commerce, big data, kecerdasan buatan (AI), dan teknologi berbasis cloud telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus menyesuaikan strategi mereka agar tetap kompetitif dalam pasar yang semakin terdigitalisasi. Bagaimana manajemen bisnis digital dalam mampu mendukung perkembangan UMKM di mamuju, sulawesi barat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja, lingkungan kerja, dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Loura Kabupaten Sumba Barat Daya. Dengan memahami ketiga faktor tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kinerja aparatur sipil negara di tingkat kecamatan. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen Kantor Kecamatan Loura dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja pegawai melalui penguatan motivasi, perbaikan lingkungan kerja, dan peningkatan disiplin kerja. Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat bagi akademisi dan peneliti sebagai referensi empiris dalam studi tentang kinerja pegawai, serta bagi pembuat kebijakan publik dalam menyusun regulasi yang lebih tepat sasaran guna mendukung produktivitas dan efektivitas pelayanan publik di daerah. Urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya kinerja pegawai kecamatan sebagai ujung tombak pelayanan kepada masyarakat. Kinerja yang optimal hanya dapat dicapai melalui pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhinya. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan dasar evaluasi dan perbaikan sistem manajerial di tingkat kecamatan sebagai bagian dari upaya mendukung program reformasi birokrasi dan pelayanan prima di lingkungan pemerintah daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan wawancara studi kasus dari beberapa perusahaan yang telah berhasil menerapkan strategi bisnis digital.Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis literatur-literatur terpilih yang membahas tentang peran teknologi informasi dalam mendukung perkembangan bisnis digital di kelurahan sidorejo hilir. Melalui literatur ini memberikan data dari buku, Karya Ilmiah, Artikel, Skripsi, Wawancara yang membahas tentang topik yang berhubungan langsung ataupun tidak dengan judul dan pokok pembahasan ini akan tetapi memiliki relevansi dengan permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa manajemen bisnis digita dalam meningkatkan daya saing bisnis di Tuasan sangat signifikan. Dengan perkembangan pesat Teknologi informasi, UMKM di Mamuju dapat memanfaatkan berbagai alat dan sistem untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan mengembangkan produk serta layanan yang lebih baik.

Pemanfaatan teknologi informasi (TI) dalam memanaj bisnis digital telah memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di mamuju, terutama dalam hal akses pasar yang lebih luas. Digitalisasi dan E-Commerce. UMKM di Tuasan semakin mengadopsi platform penjualan daring untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan memanfaatkan promosi iklan disosial media pelaku UMKM dapat menjangkau pelanggan di luar sidorejo hilir.

Ada beberapa UMKM di mamuju tidak memiliki sosial media untuk mempromosikan iklan ya hanya saja mereka masih menggunakan cara tradisional, Ketimpangan digital merujuk mereka yang memiliki akses dan keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi dan mereka yang tidak. Tantangan ini bisa mengakibatkan kesenjangan hubungan antara aktivitas ekonomi dan kehidupan social yang lebih besar jika tidak ditangani dengan baik. Para umkm harus siap untuk mengatasi kesenjangan ini dengan mempelajari menggunakan sosial media. Kemudian ada juga teknologi Informasi mengalami peningkatan secara cepat, yang memiliki makna adaptasi harus dilakukan dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Hal Ini dapat memberikan tantangan untuk mereka yang tidak mempunyai *resource* dan *skill* untuk beradaptasi dan mengikuti perkembangan teknologi.

Penggunaan teknologi informasi (TI) di mamuju. memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan inklusi ekonomi di daerah sulawesi barat. terutama di mamuju yaitu dengan adanya TI, masyarakat di Tuasan dapat memperoleh akses ke layanan yang lebih baik, seperti perbankan digital dan layanan kesehatan online. Ini tidak hanya meningkatkan kualitas hidup tetapi juga membuka peluang baru bagi pengusaha untuk menawarkan layanan inovatif. dengan ini bisa memungkinkan penjual dan pembeli untuk bertransaksi dengan lebih mudah. contohnya dampak penggunaan tekonologi informasi dalam E- Commerce di tuasa yaitu adanya E-Banking dan M-Banking yang dapat memudahkan transaksi keuangan tanpa harus pergi ke bank fisik.

Pengaruh Positif Manajemen Bisnis Digital terhadap Peningkatan UMKM

1. Peningkatan Efisiensi Operasional

Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dalam manajemen bisnis membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses bisnis, seperti pencatatan keuangan digital, manajemen inventaris berbasis sistem, serta layanan pelanggan menggunakan chatbot atau platform digital. Menurut studi yang dilakukan oleh Santoso et al. (2023), UMKM yang mengadopsi sistem manajemen digital mengalami peningkatan produktivitas sebesar 40% dibandingkan dengan yang masih menggunakan metode konvensional.

2. Perluasan Pasar dan Meningkatkan Penjualan

Dengan memanfaatkan e-commerce dan pemasaran digital, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, baik di dalam maupun luar negeri. Studi oleh Rahman & Putri (2022) menemukan bahwa UMKM yang aktif menggunakan media sosial dan platform e-commerce mengalami peningkatan penjualan hingga 60% dalam satu tahun dibandingkan dengan UMKM yang hanya mengandalkan toko fisik.

3. Peningkatan Daya Saing

UMKM yang mengadopsi teknologi digital memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak. Menurut laporan dari McKinsey (2023), sekitar 75% UMKM yang menerapkan strategi digital mampu bertahan lebih lama dan berkembang lebih cepat di tengah persaingan pasar. Hal ini disebabkan oleh kemampuan mereka dalam merespons perubahan pasar dengan lebih cepat melalui analisis data pelanggan dan tren industri.

4. Optimalisasi Strategi Pemasaran

Penelitian oleh Kotler et al. (2023) menyoroti bahwa strategi pemasaran digital berbasis data memungkinkan UMKM untuk lebih memahami perilaku konsumen dan menargetkan pelanggan secara lebih efektif. UMKM yang menerapkan pemasaran digital, seperti SEO, iklan berbasis media sosial, dan email marketing, mengalami peningkatan tingkat konversi pelanggan sebesar 45% dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

5. Akses Lebih Mudah ke Pembiayaan dan Investasi

Digitalisasi bisnis juga membantu UMKM dalam mendapatkan akses ke pembiayaan, baik melalui fintech, crowdfunding, maupun pinjaman online berbasis teknologi. Penelitian oleh Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang terdigitalisasi memiliki peluang 50% lebih besar untuk mendapatkan pendanaan dibandingkan UMKM konvensional.

6. Tantangan dalam Digitalisasi UMKM

Meskipun manfaatnya besar, beberapa tantangan yang masih dihadapi UMKM dalam adopsi bisnis digital meliputi:

a. Kurangnya literasi digital dan keterampilan dalam mengelola teknologi.
b. Keterbatasan modal untuk investasi dalam infrastruktur digital.
c. Hambatan akses internet di beberapa daerah, terutama di wilayah pedesaan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen bisnis digital berpengaruh positif terhadap peningkatan UMKM, baik dalam hal efisiensi operasional, peningkatan penjualan, daya saing, maupun akses ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta, dalam memberikan pelatihan, pendampingan, serta kemudahan akses teknologi bagi UMKM agar mereka dapat memanfaatkan bisnis digital secara optimal.

REFERENSI

Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM CN Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardika*, *19*(3), 517–522.

Astuti, A. W., & Muhafifah, R. (2023). The Role Of Technology In Changing Modern Business Dynamics. *Interdisciplinary Journal of Advanced Research and Innovation*, *1*(2), 68–72.

Astuti, A. W., Sayudin, S., Khan, A., Hussain, S. A., & Umar, M. (2023). Islamic Economic Transformation In The Digital Era: A Review Of The Role Of Fintech. *Jurnal Impresi Indonesia*, *2*(12), 1219–1225.

Astuti, A. W., Sayudin, S., & Muharam, A. (2023). Perkembangan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, *2*(9), 2787–2792.

Gemawaty, C. A. (2024). *Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi DKI Jakarta*. *7*(1), 237–243.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.

Lim, W. M., & De Run, E. C. (2022). Creativity in E-Commerce: Engaging Customers in the Digital Age. *Journal of Digital Business*, *17*(1), 45–62.

Lisma Yana Siregar, M. I. P. N. (2024). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *Hirarki Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *2*(1), 71–75.

Mazloum Yar, F. G., Yasouri, M., & Widya Astuti, A. (2022). Identification And Analysis Of Economic Factors Affecting Rural Underdevelopment In Afghanistan. *Jurnal Impresi Indonesia*, *1*(12). https://doi.org/10.58344/jii.v1i12.4647

Naibaho, R. S. (2017). Peranan Dan Perencanaan Teknologi Informasi Dalam Perusahaan. *Jurnal Warta Edisi : 52*, *April*.

Nugroho Sujiono, H., & Astuti, A. W. (2024). Peran Corporate Entrepreneurship Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, *2*(12). https://doi.org/10.58344/locus.v2i12.2297

Nwankwo, N., & Ayoade, J. (2022). Technological Trends in E-Commerce Education. *Journal of Modern Marketing*, *14*(4), 332–349.

Oxy Hendro Prabowo, Alit Merthayasa, N. S. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Manajemen Perubahan Pada Kegiatan Bisnis Di Era Globalisasi. *Journal Syntax Idea*, *5*(7), 883–892.

Saied, M., Atika, N., Sayudin, S., Sagita, B., Astuti, A. W., & Muharram, A. (2023). Exploration of Innovation Strategies in Business Management: Enhancing Sustainability and Organizational Growth in the Digital Economic Era. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, *6*(3), 1739–1744.

Sitompul, V. E. (2023). *Strategi ekspansi daya saing UMKM Batik Batangtoru melalui marketing online*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Smith, A., & Brown, B. (2019). *Innovations in E-Commerce: A Modern Approach*. Business Hub.

Teresya, R., Nabiilah, R. R., & Tunnajah, S. (2022). Literature Review E-Commerce: Profitabilitas, tekanan eksternal dan kemudahan pengguna. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *3*(4), 474–484.

Warganegara D., T. L. P. and S. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, *7*(2), 521–529. https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1159

Witi, F. L. (2021). *Membangun E-Commerce: Teori, Strategi dan Implementasi*. Amerta Media.