

PERAN MANAJEMEN STRATEGIK GUNA MENINGKATKAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS DIGITAL BAGI MASYARAKAT MENENGAH KEBAWAH

Husnul Andini^{1*}, Dina Adelina Azzah Harahap², & Khairunnisa Nasution³

^{*1,2,3}Manajemen, Universitas Siber Asia, Indonesia

*e-Mail: Husnulpitopunk@gmail.com

Submit Tgl: 17-Februari-2026

Diterima Tgl: 18-Februari-2026

Diterbitkan Tgl: 18-Februari-2026

Abstract: *Advances in digital technology have significantly shifted the pattern of economic activity in society, especially in small businesses. This has created new opportunities, including challenges in managing businesses in a more competitive and dynamic manner. Lower-middle-class communities need appropriate strategies to adapt and make the most of digital opportunities. This study aims to analyze the role of strategic management in increasing the level of digital-based MSMEs for lower-middle-class communities. The method used is descriptive qualitative with a literature study approach in a number of relevant journals and books to be used as reference material. The results of the study show that the consistent application of planning, implementation, and evaluation of strategies can increase competitiveness, operational efficiency, and expand market access in a sustainable manner. Thus, it will increase human resource capacity and business resilience in the face of digital competition. In conclusion, strategic management plays a crucial role in supporting the inclusive growth and sustainability of digital-based MSMEs in today's economy.*

Keywords: *Strategic Management; MSMEs; Digital*

Abstrak: Kemajuan teknologi digital sudah mengalihkan pola aktivitas ekonomi masyarakat yang signifikan, utamanya pada usaha skala kecil. Hal ini memunculkan peluang baru termasuk adanya tantangan ketika mengelola usaha dengan lebih kompetitif dan dinamis. Masyarakat menengah ke bawah membutuhkan strategi yang sesuai supaya bisa beradaptasi juga menggunakan peluang digital dengan maksimal. Penelitian ini ditujukan agar menganalisis peran manajemen strategik ketika menambah tingkat UMKM berbasis digital bagi masyarakat menengah ke bawah. Metode yang dipakai ialah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur disejumlah jurnal dan buku relevan untuk dijadikan bahan referensi. Hasil penelitian memperlihatkan yakni penerapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi yang konsisten bisa menambah tingkat daya saing, efisiensi operasional, juga memperbanyak akses pasar dengan berkelanjutan. Dengan begitu, akan menambah kapasitas sumber daya manusia dan ketahanan usaha menghadapi persaingan digital. Kesimpulannya, manajemen strategik berperan penting ketika mendukung pertumbuhan inklusif serta keberlanjutan UMKM berbasis digital di era ekonomi sekarang ini.

Kata Kunci: Manajemen Strategik; UMKM; Digital

Cara mengutip Andini, H., Harahap, D. A. A., & Nasution, K. (2026). Peran Manajemen Strategik Guna Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Digital Bagi Masyarakat Menengah Kebawah. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 276–286. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1653>

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi global dari adanya teknologi informasi yang lebih pesat dan berdampak luas di sejumlah sektor kehidupan. Hal ini mendukung pergeseran pola konsumsi serta produksi masyarakat sampai pada sistem yang lebih modern dan berbasis digital. Pihak usaha diharuskan bisa melakukan adaptasi pada dinamika pasar yang makin kompetitif serta terbuka. Selain itu, kesenjangan kemampuan sumber daya manusia masih sebagai tantangan ketika menggunakan teknologi dengan maksimal. Hal inipun mengharuskan adanya pendekatan pengelolaan usaha yang lebih tertuju serta berorientasi dimasa yang akan datang (Barus *et al.*, 2024).

Manajemen ialah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya agar mencapai tujuan dengan efektif serta efisien. Konsep manajemen memastikan perlunya koordinasi antara sumber daya manusia, keuangan, juga sarana pendukung lainnya. Pada penerapannya, manajemen fungsinya menjadi petunjuk supaya masing masing aktivitas terlaksana menyesuaikan rencana yang sudah disiapkan. Kesuksesan sebuah usaha sangat dipengaruhi dari kemampuan pengelola pada penerapan prinsip manajemen dengan konsisten. Tahapan manajemen juga mengikutsertakan pengambilan keputusan yang tepat menyesuaikan analisis kondisi internal serta eksternal. Sementara itu, manajemen memudahkan pembentukan sistem kerja yang terstruktur dan terarah. Pengelolaan yang baik bisa merendahkan risiko juga menjadi peluang suksesnya sebuah usaha. Dengan begitu, manajemen dijadikan sebagai fondasi utama ketika melaksanakan serta mengadakan pengembangan sebuah kegiatan ekonomi (Krisnandi *et al.*, 2019).

Peningkatan usaha skala kecil punya peranan yang diperlukan guna mendorong stabilitas ekonomi masyarakat, terkhusus pada kelompok menengah ke bawah. Hadirnya usaha ini bisa membentuk lapangan kerja serta menambah penghasilan keluarga secara mandiri. Akan tetapi, modal yang terbatas, akses pasar, juga kurangnya pengetahuan yang mendalam strategi bisnis kerap kali menghambat kemajuan usaha. Transformasi digital sebetulnya menyiapkan peluang besar guna memperbanyak jangkauan pasar dan menaikkan tingkat efisiensi operasional. Maka dari itu, dibutuhkan tata kelola yang sistematis serta strategis supaya potensi ini bisa digunakan dengan lebih baik (Farisi *et al.*, 2022).

Dari Mochammad Faisal Fadli¹ dan Rio Laksamana (2025), mengungkapkan terkait strategi transformasi digital UMKM ketika menambah tingkat daya saing di era ekonomi berbasis inovasi. Selain itu dalam meneliti memanfaatkan pendekatan kualitatif yang terfokus pada kesediaan pihak UMKM ketika mengadakan adopsi teknologi digital. Perolehan kajian memperlihatkan yakni digitalisasi yang memberi dampak positif bagi penambahan tingkat penjualan serta jangkauan pasar yang diperluas. Meski begitu, penelitian ini juga mendapat ada permasalahan berbentuk rendahnya literasi digital dan keterbatasan modal usaha. Sementara itu, faktor infrastruktur serta dorongan kebijakan ikut mempengaruhi kesuksesan transformasi digital UMKM. Studi ini menekankan perlunya merencanakan dengan strategis

pada tahapan adaptasi teknologi agar implementasi berjalan efektif. Diperoleh rekomendasi yakni penambahan tingkat kapasitas sumber daya manusia juga penguatan kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian ini sebab juga membahas perlunya strategi dalam pengembangan UMKM berbasis digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif yang ditujukan agar menggambarkan dengan sistematis peranan manajemen strategik ketika memajukan usaha berbasis digital. Dengan memilih pendekatan ini bisa membuat pengetahuan yang mendalam terkait konsep serta penerapan strategi pada konteks UMKM. Data yang dimanfaatkan asalnya dari studi literatur termasuk jurnal ilmiah, buku, serta referensi akademik dengan relevan pada topik penelitian. Tahap mengumpulkan data lewat pencarian dokumen serta kajian teoritis dikaitkan pada manajemen, strategi, serta digitalisasi usaha (Fauzi *et al.*, 2022).

Tahap ini dikaitkan dengan cara mereduksi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan informasi yang didapatkan. Hasil analisis akan disusun dengan sistematis agar membentuk gambaran yang komprehensif terkait persoalan yang dikaji. Pendekatan deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan sejumlah konsep serta teori yang berhubungan pada pengelolaan usaha dengan strategis. Metode ini tidak terfokus dengan angka statistik, namun pengetahuan terkait makna serta hubungan antar konsep.

Memilih sumber data sekunder menyesuaikan relevansi serta kredibilitasnya di aspek manajemen serta kemajuan UMKM. Langkah yang dilakukan secara bertahap pada proses analisis dengan membandingkan sejumlah pernyataan sesuai literatur yang ditemui. Hasil kajian akan dirumuskan jadi sebuah kesimpulan yang merespon rumusan masalah penelitian. Pada metode ini diinginkan bisa memperoleh pengetahuan yang mendalam terkait perlunya manajemen strategik serta penambahan tingkat UMKM berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Manajemen Strategik dalam Pengembangan UMKM Berbasis Digital

Strategik dikaitkan pada tahap serta kebijakan dalam waktu yang lama dengan disusun agar mencapai keunggulan bersaing. Pendekatan strategik mengharuskan analisis lingkungan usaha dengan keseluruhan supaya keputusan bisa sesuai pada kondisi pasar. Perencanaan strategik kerap mengikutsertakan identifikasi peluang, ancaman, kekuatan, serta kekurangan dari sebuah organisasi. Dengan kejelasan strategi menjadikan pelaku usaha menggunakan peluang dengan lebih baik serta mengantisipasi risiko yang mungkin muncul. Sementara itu, pendekatan strategik memudahkan penentuan arah kemajuan usaha dengan sistematis. Hal ini tak saja terfokus pada keberhasilan jangka pendek, namun juga keberlanjutan usaha di masa yang akan datang. Penerapan yang ada tidak hanya sampai di tahap perencanaan, namun diharuskan dengan komitmen yang kuat dari pelaku usaha ketika melaksanakannya dengan berkelanjutan. Konsistensi dalam penerapan strategi sebagai kunci utama supaya tujuan yang sudah disiapkan bisa dicapai dengan dan terarah. Dengan kurangnya suatu komitmen serta konsistensi, strategi yang sudah disiapkan dengan baik berpeluang tak bisa memberi hasil yang signifikan bagi kemajuan usaha. Maka dari itu, aspek manajemen strategik punya peranan yang diperlukan menjadi fondasi ketika menambah tingkat daya

saing serta memastikan keberlanjutan sebuah usaha di tengah persaingan yang makin kompetitif (Paroli, 2023).

Manajemen strategik punya peranan yang diperlukan untuk memastikan arah pengembangan usaha berbasis digital. Ketika pada tahap perencanaan disarankan pelaku UMKM agar bisa mengetahui kedudukan usahanya di tengah persaingan pasar yang makin banyak. Analisis dari lingkungan internal serta eksternal, pihak usaha bisa melaksanakan langkah identifikasi peluang digital yang bisa digunakan. Menyusun strategi dengan sistematis memungkinkan pemanfaatan sumber daya dengan makin efektif. Sementara itu, perencanaan strategik memudahkan penetapan visi dan misi usaha yang jelas. Arah yang jelas bisa menjadi pedoman untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan berkelanjutan (Mardatillah, 2024).



Gambar 1. Elemen dasar Proses Manajemen Strategis

Sumber: https://www.researchgate.net/figure/Gambar-1-Element-dasar-Proses-Manajemen-Strategis-Penelitian-ini-dibatasi-hanya-pada-poin_fig1_330897981

Pada konteks digital, manajemen strategik memudahkan pihak usaha memastikan penentuan platform yang cocok bagi pemasaran produk. Pemilihan media sosial, marketplace, ataupun website resmi harus menyesuaikan pada karakteristik target pasar. Strategi pemasaran digital yang tepat bisa menambah tingkat visibilitas produk dengan bersignifikan. Tata kelola konten promosi yang konsisten sebagai elemen dari penerapan strategi. Dengan penerapan yang baik, pihak usaha berpeluang peluang lebih besar dalam menciptakan citra merek yang positif serta berdaya saing menurut konsumen. Penguatan citra merek bisa menambah kepercayaan juga loyalitas pelanggan pada penawaran produk atau jasa. Hal ini memperlihatkan yakni perencanaan dan pelaksanaan strategi yang sistematis bisa memperoleh hasil yang terukur dengan baik. Maka dari itu, strategi yang diciptakan dengan terarah berkontribusi signifikan pada kemajuan serta keberlanjutan usaha pada waktu yang lama. (Adhitya *et al.*, 2024).

Manajemen strategik juga punya peranan agar menambah tingkat efisiensi operasional UMKM digital. Pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan serta sistem manajemen stok memudahkan tata kelola usaha jadi lebih teratur. Kejelasan rencana menjadikan pihak usaha mengelola biaya operasional dengan lebih terkendali. Evaluasi berkala pada kinerja usaha sebagai elemen yang diperlukan pada tahap strategik. Lewat proses evaluasi, pihak usaha bisa memahami kekuatan serta kekurangannya. Sehingga bisa mengambil keputusan jadi lebih rasional serta berbasis data (Ramlawati *et al.*, 2026).

Manajemen strategik punya peranan yang diperlukan untuk memudahkan UMKM merespons perubahan tren yang terjadi di pasar digital. Kemajuan teknologi serta pola konsumsi masyarakat berjalan lebih cepat, hingga pihak usaha diharuskan berkemampuan

adaptasi dengan baik. Perencanaan yang kurang tepat bisa menjadi sebuah tantangan yang menghambat terlaksananya suatu usaha. Sifat strategi yang fleksibel membuat UMKM bisa menyesuaikan preferensi serta kebutuhan konsumen yang selalu alami perubahan.

Berkemampuan dalam membaca juga analisis tren pasar menjadi nilai tambah yang bisa menguatkan kedudukan usaha dari persoalan daya saing. Pada pemahaman arah perkembangan pasar, pihak usaha bisa memastikan tahap yang makin tepat dan efektif. Sementara itu, inovasi pada produk ataupun layanan ialah bagian dari strategi jangka panjang yang tak bisa terabaikan. Memperbaharui dengan berkala bisa memudahkan usaha supaya tetap menarik dan relevan bagi pelanggan. Pada pendekatan strategis yang adaptif dan inovatif, UMKM bisa menjaga eksistensinya pada dinamika pasar digital yang kompetitif.

Peran strategik juga terlihat dalam pengembangan sumber daya manusia. Pelaku UMKM perlu meningkatkan keterampilan digital agar mampu mengelola platform daring secara optimal. Pelatihan dan pembelajaran mandiri menjadi bagian dari investasi strategis. Penguatan kapasitas sumber daya manusia akan berdampak langsung pada kualitas layanan. Karyawan yang memahami strategi usaha akan bekerja lebih terarah. Hal ini berkontribusi pada peningkatan produktivitas secara keseluruhan (Kurnia & Muslimawati, 2024).

Manajemen strategik turut membantu membangun jaringan kemitraan yang lebih luas. Kerja sama dengan penyedia platform digital, lembaga keuangan, maupun komunitas bisnis dapat memperluas peluang usaha. Strategi kolaborasi membuka akses terhadap sumber daya tambahan yang sebelumnya sulit dijangkau. Kemitraan juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dengan dukungan jaringan yang kuat, UMKM lebih mudah berkembang. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi dalam memperkuat posisi usaha (Oktariansja, 2026).

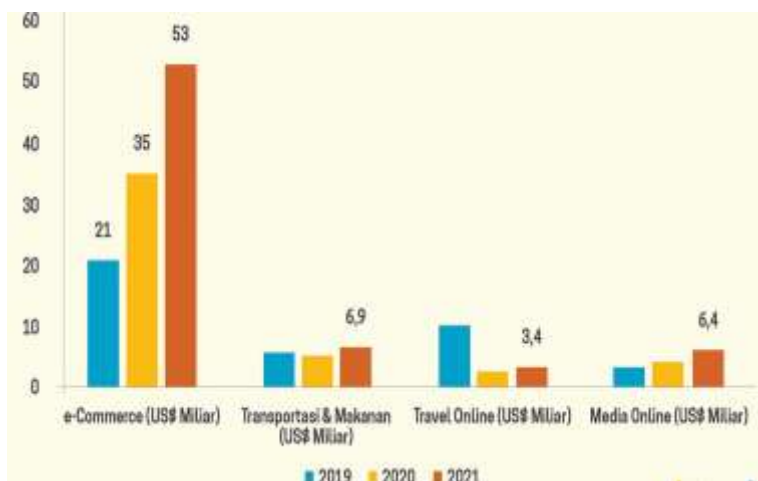
Manajemen strategik menjadi landasan utama dalam pengembangan UMKM berbasis digital. Proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi harus dilakukan secara berkelanjutan. Pendekatan strategik membantu usaha bertahan sekaligus berkembang di era digital. Tanpa strategi yang jelas, pemanfaatan teknologi tidak akan optimal. Oleh karena itu, peran manajemen strategik sangat menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Keberlanjutan usaha sangat bergantung pada konsistensi dalam menerapkan strategi yang telah dirancang.

Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan UMKM Berbasis Digital bagi Masyarakat Menengah ke Bawah

Digital terkait dengan penggunaan teknologi informasi serta komunikasi dalam di kegiatan ekonomi. Transformasi digital memastikan tahapan bisnis dilaksanakan dengan lebih cepat, efisien, serta transparan. Pemanfaatan platform daring memberi akses pasar dengan lebih luas tanpa batasan geografis. Teknologi digital juga mendorong promosi produk lewat media sosial dan marketplace. Sementara itu, sistem pembayaran elektronik memudahkan transaksi dari pihak penjual serta pembeli. Bisa beradaptasi dengan teknologi digital jadi keperluan supaya pihak usaha tak tertinggal dalam persaingan. Akan tetapi, praktik digital membutuhkan kesediaan sumber daya manusia serta terpenuhinya infrastruktur. Tata kelola yang jelas membuat digitalisasi bisa menambah tingkat produktivitas serta kemajuan usaha dengan signifikan (Riswanto *et al.*, 2024).

Peningkatan UMKM berbasis digital dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia dalam memahami teknologi. Kemampuan menggunakan perangkat digital menjadi dasar

dalam menjalankan usaha secara daring. Tingkat literasi digital yang rendah dapat menghambat proses adaptasi terhadap sistem baru. Oleh karena itu, edukasi dan pelatihan menjadi faktor penting dalam mendukung transformasi usaha. Pemahaman mengenai pemasaran digital, transaksi elektronik, dan pengelolaan konten harus terus ditingkatkan. Dengan peningkatan kapasitas tersebut, pelaku usaha mampu memanfaatkan peluang pasar secara lebih luas (Mariana *et al.*, 2025).



Gambar 2. Komponen ekonomi digital Indonesia

Sumber: <https://beritaidns.id/dampak-ekonomi-digital-2025-terhadap-pertumbuhan-umkm-indonesia/>

Faktor modal juga menjadi unsur yang mempengaruhi perkembangan UMKM digital. Meskipun digitalisasi dapat menekan biaya operasional, tetap diperlukan investasi awal untuk perangkat dan akses internet. Keterbatasan modal seringkali menjadi kendala bagi masyarakat menengah ke bawah dalam mengembangkan usaha. Akses terhadap pembiayaan yang terjangkau dapat membantu mempercepat proses digitalisasi. Dukungan lembaga keuangan dan program pemerintah sangat dibutuhkan dalam hal ini. Dengan adanya dukungan modal, pelaku usaha lebih percaya diri untuk mengembangkan bisnisnya.

Akses terhadap infrastruktur teknologi turut menentukan keberhasilan UMKM berbasis digital. Ketersediaan jaringan internet yang stabil menjadi syarat utama dalam menjalankan usaha daring. Di beberapa wilayah, keterbatasan akses internet masih menjadi hambatan. Kondisi ini mempengaruhi efektivitas promosi dan transaksi secara online. Peningkatan kualitas infrastruktur digital memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan usaha kecil, khususnya dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Ketersediaan jaringan internet yang stabil serta dukungan teknologi yang memadai memungkinkan pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis secara lebih efektif dan terintegrasi. Infrastruktur yang baik juga membuka peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana promosi dan transaksi. Dengan kondisi tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saingnya dan bersaing secara lebih optimal di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Nurhaliza, 2025).

Faktor lingkungan usaha juga berperan dalam mendorong peningkatan UMKM digital. Dukungan keluarga dan komunitas memberikan motivasi bagi pelaku usaha untuk terus berkembang. Lingkungan yang terbuka terhadap inovasi akan mempercepat proses adaptasi

teknologi. Selain itu, keberadaan komunitas bisnis digital dapat menjadi wadah berbagi pengalaman dan informasi. Interaksi antar pelaku usaha menciptakan peluang kolaborasi yang saling menguntungkan. Dengan dukungan lingkungan yang positif, pertumbuhan usaha menjadi lebih stabil.

Tabel 1. Peran Kebijakan Pemerintah terhadap Perkembangan UMKM Digital

No	Bentuk Kebijakan Pemerintah	Bentuk Dukungan	Dampak terhadap UMKM Digital
1	Program Pelatihan Digital	Pelatihan pemasaran online, manajemen bisnis, literasi digital	Meningkatkan kompetensi dan daya saing pelaku usaha
2	Subsidi dan Bantuan Modal	Bantuan dana, subsidi bunga, insentif pajak	Mempercepat proses digitalisasi usaha
3	Kemudahan Perizinan	Penyederhanaan administrasi dan sistem perizinan online	Mendorong legalitas dan kepercayaan konsumen
4	Regulasi Transaksi Digital	Aturan perlindungan konsumen dan keamanan transaksi	Memberikan rasa aman bagi pelaku usaha dan konsumen
5	Fasilitasi Promosi Produk Lokal	Penyediaan marketplace pemerintah dan event promosi	Memperluas akses pasar dan meningkatkan penjualan

Kebijakan pemerintah menjadi faktor eksternal yang sangat mempengaruhi perkembangan UMKM berbasis digital. Program pelatihan, subsidi, dan kemudahan perizinan dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil. Regulasi yang mendukung transaksi digital memberikan rasa aman bagi pelaku usaha dan konsumen. Pemerintah juga berperan dalam menyediakan platform promosi bagi produk lokal. Kebijakan yang tepat sasaran mampu memperluas akses pasar bagi masyarakat menengah ke bawah. Dengan sinergi kebijakan yang baik, UMKM digital dapat berkembang secara inklusif (Salkiah & Putra, 2025).

Perkembangan teknologi yang terus berubah juga menjadi faktor yang mempengaruhi peningkatan usaha. Inovasi aplikasi dan sistem pembayaran mempermudah proses transaksi. Pelaku usaha yang mampu mengikuti perkembangan teknologi akan memiliki keunggulan kompetitif. Namun, perubahan yang terlalu cepat dapat menjadi tantangan bagi yang belum siap. Oleh karena itu, diperlukan strategi pembelajaran yang berkelanjutan. Adaptasi yang konsisten akan memperkuat daya tahan usaha di tengah perubahan.

Peningkatan UMKM berbasis digital dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Kesiapan sumber daya manusia, modal, dan infrastruktur menjadi fondasi utama dalam proses digitalisasi. Dukungan lingkungan serta kebijakan pemerintah memperkuat peluang keberhasilan usaha. Sinergi antara berbagai faktor tersebut menentukan tingkat keberhasilan transformasi digital. Kelompok masyarakat menengah ke bawah membutuhkan pendampingan yang terarah agar mampu memahami dan memanfaatkan peluang usaha secara maksimal. Proses pendampingan tersebut dapat berupa pelatihan keterampilan, bimbingan manajerial, hingga literasi digital yang relevan dengan kebutuhan usaha. Dengan adanya dukungan yang berkelanjutan, pelaku UMKM akan lebih siap menghadapi tantangan serta mampu mengembangkan potensi usahanya secara mandiri. Oleh karena itu, UMKM berbasis digital berpotensi menjadi salah satu motor penggerak perekonomian yang inklusif dan berkelanjutan (Supriyono, 2025).

Implementasi Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan UMKM Digital

Penerapan manajemen strategik pada UMKM digital diawali dengan perumusan visi dan misi yang dirancang secara jelas dan terarah. Visi berfungsi sebagai gambaran jangka panjang mengenai posisi dan pencapaian yang ingin diraih oleh pelaku usaha di masa mendatang. Sementara itu, misi menjadi landasan operasional yang membimbing setiap aktivitas bisnis agar tetap selaras dengan tujuan utama. Kejelasan visi dan misi membantu pelaku usaha dalam menentukan prioritas serta langkah pengembangan usaha secara sistematis. Dengan arah yang terstruktur, proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih fokus dan konsisten. Penyusunan strategi selanjutnya didasarkan pada analisis terhadap kondisi pasar, tingkat persaingan, serta kemampuan internal yang dimiliki usaha. Tahapan awal ini menjadi dasar yang krusial dalam memperkuat daya saing dan memastikan keberlanjutan UMKM digital di tengah dinamika pasar (Susanti & Frastika, 2025).

Langkah berikutnya adalah melakukan analisis lingkungan usaha secara menyeluruh. Analisis ini mencakup identifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Hasil analisis menjadi dasar dalam menentukan strategi yang paling sesuai. UMKM digital dapat memanfaatkan kekuatan seperti kedekatan dengan konsumen lokal dan fleksibilitas produksi. Di sisi lain, berbagai keterbatasan internal seperti kekurangan modal perlu dikelola melalui perencanaan yang cermat dan terukur. Identifikasi kelemahan sejak awal memungkinkan pelaku usaha menyusun langkah antisipatif yang sesuai dengan kapasitas yang dimiliki. Melalui analisis yang komprehensif terhadap kondisi internal dan eksternal, strategi yang dirumuskan dapat disesuaikan dengan situasi nyata di lapangan. Dengan pendekatan tersebut, keputusan yang diambil menjadi lebih realistis, tepat sasaran, dan efektif dalam mendukung perkembangan usaha.

Pelaksanaan strategi yang telah dirumuskan membutuhkan pengelolaan sumber daya secara efisien agar tujuan usaha dapat tercapai secara optimal. Pengorganisasian yang baik mencakup pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas sehingga setiap individu memahami perannya dalam operasional usaha. Struktur kerja yang teratur akan meningkatkan efektivitas serta mengurangi potensi kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan bisnis. Selain itu, sistem manajemen yang tertata membantu menciptakan alur kerja yang lebih terkoordinasi. Dengan kondisi tersebut, usaha dapat berjalan secara lebih profesional dan terarah. Di sisi lain, pengelolaan keuangan yang transparan menjadi aspek penting dalam menjaga kestabilan dan keberlanjutan usaha.

Pencatatan transaksi yang rapi, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital, mempermudah proses pemantauan arus kas dan evaluasi kinerja usaha. Penggunaan sistem digital juga meningkatkan akurasi data serta meminimalkan risiko kesalahan pencatatan. Evaluasi yang dilakukan secara berkala memungkinkan pelaku usaha mengambil keputusan berdasarkan informasi yang jelas dan terukur. Pada akhirnya, tata kelola yang baik akan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Hendra & Fahlevi, 2024).

Tabel 2. Komponen Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM

No	Komponen Strategi	Bentuk Implementasi	Tujuan Strategis	Dampak terhadap UMKM
1	Pemanfaatan Media Sosial	Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business	Meningkatkan visibilitas produk	Jangkauan pasar lebih luas
2	Promosi Daring (Online Ads)	Iklan berbayar, endorse, marketplace ads	Menarik target pasar spesifik	Peningkatan traffic dan penjualan
3	Optimasi Konten	Foto produk menarik, copywriting persuasif, video promosi	Meningkatkan engagement	Meningkatkan minat beli konsumen
4	Analisis Target Pasar	Segmentasi usia, minat, lokasi	Promosi tepat sasaran	Efisiensi biaya pemasaran
5	Inovasi Penyajian Produk	Kemasan kreatif, storytelling brand	Diferensiasi produk	Meningkatkan daya saing

Strategi pemasaran digital sebagai hal yang diperlukan agar menambah tingkat daya saing UMKM. Penggunaan media sosial, promosi daring, serta optimasi konten harus dilaksanakan dengan konsisten. Pihak usaha diharuskan memahami bentuk karakteristik target pasar supaya promosinya bisa tepat sasaran. Penyajian produk yang berinovasi sebagai faktor pembeda di tengah persaingan. Konten yang menarik dan informatif bisa menambah tingkat minat beli konsumen. Pada strategi pemasaran yang efektif, memperluas jangkauan pasar.

Evaluasi berkala diartikan menjadi bagian yang diperlukan pada aspek manajemen strategik. Langkah mengevaluasi sebagai solusi bagi pihak usaha dalam memahami seberapa jauh strategi yang dipraktikkan sukses. Data penjualan dan respons konsumen dapat dijadikan indikator kinerja usaha. Ketika adanya kekurangan, perbaikan bisa secepatnya dilaksanakan. Dengan langkah yang berkelanjutan membuat proses pembelajaran yang konsisten. Oleh karena itu, usaha bisa terus maju menyesuaikan keperluan pasar (Naulibasa *et al.*, 2025).

Keberlanjutan usaha juga disebabkan dari kemampuan berinovasi. Inovasi produk dan layanan butuh dilaksanakan agar mempertahankan loyalitas pelanggan. Pihak usaha harus peka bagi perubahan tren serta keperluan pelanggan. Pengembangan variasi produk sebagai suatu strategi yang menjaga daya saing. Inovasi yang berkelanjutan membentuk nilai tambah bagi usaha. Sehingga bisa menguatkan kedudukan UMKM pada pasar digital yang kompetitif (Syahputra, 2025).

Penerapan manajemen strategik memberi dampak signifikan terhadap daya saing dan keberlanjutan UMKM digital. Tahapan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi harus diharuskan dengan konsisten. Kejelasan strategi membuat pihak usaha menggunakan peluang pasar dengan maksimal. Pada pendekatan yang sistematis, usaha bisa terus maju dengan stabil dan berkelanjutan. Masyarakat menengah ke bawah punya peluang besar dalam menambah tingkat kesejahteraan lewat digitalisasi usaha. Kesuksesan ini sangat bergantung pada keseriusan ketika mengimplementasikan manajemen strategik dengan berkesinambungan.

KESIMPULAN

Manajemen strategik punya peranan yang sangat diperlukan untuk menambah tingkat UMKM berbasis digital bagi masyarakat menengah ke bawah. Penerapan perencanaan,

pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang sistematis bisa memudahkan usaha beradaptasi pada teknologi yang terus maju. Faktor sumber daya manusia, modal, infrastruktur, dan kebijakan ikut mempengaruhi suatu kesuksesan transformasi digital. Penerapan strategi pemasaran digital yang tepat bisa memperbanyak jangkauan pasar serta menambah daya saing usaha. Evaluasi berkelanjutan serta inovasi produk jadi suatu kunci untuk memelihara keberlanjutan usaha di tengah persaingan. Tata kelola yang sesuai membuat UMKM digital bisa memberi kontribusi nyata terhadap penambahan kesejahteraan masyarakat. Maka dari itu, manajemen strategik sebagai fondasi utama ketika mendukung kemajuan UMKM yang inklusif dan berkelanjutan.

Pihak UMKM perlu menambah tingkat kemampuan manajerial dan literasi digital supaya bisa mengimplementasikan strategi dengan maksimal. Pemerintah diinginkan bisa memberi pelatihan dan akses pembiayaan yang mendorong digitalisasi usaha kecil. Dukungan infrastruktur teknologi harus diperbanyakan supaya masyarakat menengah ke bawah punya akses yang merata. Kerja sama antara pelaku usaha dan komunitas bisnis digital butuh dikuatkan agar saling berbagi pengalaman. Evaluasi strategi sebaiknya dilaksanakan dengan berkala guna berdasarkan kemajuan pasar. Dengan sinergi di sejumlah pihak, pengembangan UMKM berbasis digital bisa terlaksana lebih efektif serta berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., Teviana, T., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian Tin : Terapan Informatika Nusantara. Tin : Terapan Informatika Nusantara, 5(1). <https://doi.org/10.47065/Tin.V5i1.5293>
- Barus, D. R., Simangunsong, J. S., Engelika, S., Ginting, B., & Saragih, S. (2024). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Pasar Global The Influence Of Information Technology Developments On Global Markets. 495–500.
- Fadli, M. F., & Laksamana, R. (2025). Strategi Transformasi Digital Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Ekonomi Berbasis Inovasi : Studi Pada Umkm Di Kalimantan Barat. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 11(02).
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 9(1).
- Fauzi, A., Nisa, B., & Napitupulu, D. (2022). Metodologi Penelitian. Cv. Pena Persada.
- Hendra, & Fahlevi, A. H. (2024). Implementation Of Good Corporate Governance (Gcg) Principles In Pdam Tirta Ogan, Ogan Ilir District. <https://doi.org/10.23920/Jphp.V1i2.292.1>
- Kamalu, K., Hakimah, W., & Wan, B. (2021). Islamic Banking Development And Financial Inclusion In Oic Member Countries : The. 7(3), 527–544.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar Manajemen. Lpu-Unas.
- Kurnia, F., & Muslimawati, M. M. (2024). Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan Dalam

- Pencapaian Tujuan Perusahaan Pada Pt Bca Finance Parepare. Yume : Journal Of Management, 7(3).
- Mardatillah, A., & Isbn: (2024). Manajemen Strategis Membangun Keunggulan Kompetitif Di Era Digital. Uir Press.
- Mariana, R., Wadu, B., & Kraugusteeliana, K. (2025). Mengakselerasi Daya Saing Umkm Melalui Inovasi Teknologi : Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat Dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform. 14, 1608–1618.
- Naulibasa, M. O., Sinaga, H. S., Siahaan, S. M., Shinta, I., Lumbangaol, U. B., & Sipayung, R. C. (2025). Evaluasi Dan Pilihan Strategis. 4(2).
- Nurhaliza, I. (2025). Systematic Literature Review: Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Teknologi Digital Untuk Keberhasilan Jangka Panjang. Otonomi, 25(2).
- Oktariansja, O. (2026). Peran Kemitraan Strategis Dalam Pembangunan Jaringan Telekomunikasi : Literature Review. 7(3), 1856–1865.
- Paroli, H. (2023). Manajemen Strategi. Cv. Aksara Global Akademia.
- Ramlawati, Serang, S., Ibnu, M., Ramadhan, F., & Agus, H. (2026). Analisis Peran Manajemen Operasional Dalam Mendukung Pertumbuhan Umkm Di Era Digital. 4(3), 19348–19354.
- Riswanto, A., Joko, & Napisah, S. (2024). Ekonomi Bisnis Digital (Dinamika Ekonomi Bisnis Di Era Digital). Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Salkiah, B., & Putra, P. (2025). Analisis Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Mendorong Digitalisasi Dan Daya Saing Umkm. 1(2), 52–58.
- Supriyono. (2025). Transformasi Digital Sebagai Urgensi Strategis Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Di Indonesia: Peran Kapabilitas Teknologi Dan Orientasi Kewirausahaan. Yume : Journal Of Management, 8(3).
- Susanti, Y., & Frastika, N. A. (2025). Implementasi Manajemen Strategi Digital Dalam Transformasi Bisnis : Studi Pada Umkm Indonesia. Jedbus (Journal Of Economic And Digital Business) Vol., 2(1).
- Syahputra, A. (2025). Peran Inovasi Produk Terhadap Keberlanjutan Usaha Pada Wirausaha Muda Di Indonesia. 5(3).