

## Digitalisasi untuk Keunggulan Bersaing dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Kecamatan Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan

Yerizal<sup>1\*</sup>, Arina Sovia<sup>2</sup>, Mandra Adrika Putra<sup>3</sup>, Sastria Nofrita<sup>4</sup>, Irma Auliyah Bismark<sup>5</sup>,  
Stevani Lafitri<sup>6</sup>, Lisa Nofianti<sup>7</sup>

<sup>\*1,2,3,5,6,7</sup>Manajemen, STIE Widyaswara Indonesia, Indonesia

<sup>4</sup>Akuntansi, STIE Widyaswara Indonesia, Indonesia

<sup>1\*</sup>[jr.chang08@gmail.com](mailto:jr.chang08@gmail.com), <sup>2</sup>[Sovia0574@gmail.com](mailto:Sovia0574@gmail.com), <sup>3</sup>[mandraadrikaputra@gmail.com](mailto:mandraadrikaputra@gmail.com),  
<sup>4</sup>[rita10shazah@gmail.com](mailto:rita10shazah@gmail.com), <sup>5</sup>[irmabismark.ib@gmail.com](mailto:irmabismark.ib@gmail.com), <sup>6</sup>[stevanilafitri15des@gmail.com](mailto:stevanilafitri15des@gmail.com),  
<sup>7</sup>[lisanovianti427@gmail.com](mailto:lisanovianti427@gmail.com)

*Corresponding Author*

Nama Penulis : Mandra Adrika Putra

E-mail : [mandraadrikaputra@gmail.com](mailto:mandraadrikaputra@gmail.com)

### Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan literasi dan kapasitas digital pelaku UMKM mitra dalam pemasaran daring. Selain edukasi digital, tim PKM menyediakan sarana promosi online berupa pembuatan website bagi Sentra IKM Pauh Duo. Metode yang digunakan adalah edukasi melalui penyuluhan dan pendampingan teknis. Kegiatan edukasi ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang strategi pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform online untuk bisnis. Mitra Sentra IKM Pauh Duo kini memiliki situs web sendiri sebagai sarana promosi daring produk-produk unggulan mereka. Website tersebut menampilkan aneka oleh-oleh tradisional Minangkabau khas Solok Selatan, sehingga mitra dapat menjangkau konsumen lebih luas secara online. Adanya platform digital ini juga mendorong mitra lebih melek teknologi dalam operasional sehari-hari. PKM "Digitalisasi untuk Keunggulan Bersaing & Keberlanjutan Bisnis UMKM" ini terbukti efektif dalam mencapai tujuannya. Melalui peningkatan literasi digital dan pengembangan sarana online, mitra memperoleh manfaat nyata berupa pengetahuan baru dan platform pemasaran yang lebih luas. Secara keseluruhan, program ini membantu Sentra IKM Pauh Duo bertransformasi menuju bisnis yang lebih adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan di era digital.

**Kata kunci** - Digitalisasi, Keunggulan Bersaing, Keberlanjutan Bisnis, UMKM

### Abstract

*This Community Service Program (PKM) aims to improve the digital literacy and capacity of partner MSMEs in online marketing. In addition to digital education, the PKM team provided online promotional tools in the form of website creation for the Pauh Duo IKM Center. The method used was educational counseling and technical assistance. This educational activity successfully increased participants' understanding of digital marketing strategies, including the use of social media and online platforms for business. Pauh Duo IKM Center partners now have their own website as a means of online promotion of their superior products. The website showcases a variety of traditional Minangkabau souvenirs typical of South Solok, allowing partners to reach a wider consumer base online. The existence of this digital platform also encourages partners to become more*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

*tech-savvy in their daily operations. The PKM "Digitalization for Competitive Advantage & Sustainability of MSME Businesses" has proven effective in achieving its goals. Through increased digital literacy and the development of online tools, partners gain tangible benefits in the form of new knowledge and a broader marketing platform. Overall, this program helps Pauh Duo IKM Center transform into a more adaptive, competitive, and sustainable business in the digital era.*

*Keywords - Digitalization, Competitive Advantage, Business Continuity, UMKM*

## PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi modern. Dari sekitar 64 juta UMKM di Indonesia, hanya 15–30% yang telah terdigitalisasi, sementara selebihnya masih menjalankan proses bisnis secara manual. Pemerintah Indonesia menargetkan percepatan transformasi ini; hingga Juli 2024 tercatat 25,5 juta UMKM telah masuk ekosistem digital. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki menegaskan bahwa digitalisasi merupakan bagian penting untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM.

Melalui pemanfaatan teknologi digital dan komunikasi bisnis yang efektif, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara yang lebih kreatif, inovatif, mudah, dan murah. Komunikasi bisnis (Agyl et al. 2025; Havira et al. 2025; Lafitri et al. 2025; Putra et al. 2025) digital memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen, memperkuat citra merek, serta menyesuaikan strategi promosi dan pelayanan berdasarkan umpan balik pelanggan secara real time. Hal ini menjadikan digitalisasi tidak hanya sebagai alat operasional, tetapi juga sarana strategis dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pasar di tengah perubahan perilaku konsumen yang kini sangat mengandalkan platform digital.

Pengalaman selama pandemi COVID-19 juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan agar UMKM dapat bertahan dan tumbuh di tengah keterbatasan aktivitas fisik. Digitalisasi membantu UMKM merampingkan operasi, meningkatkan efisiensi, memperkuat komunikasi bisnis dengan pelanggan maupun mitra, serta membuka akses ke pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau. Dengan kata lain, transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperoleh keunggulan bersaing sekaligus memastikan keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang. Secara khusus, kondisi UMKM di Kecamatan Pauh Duo, Kabupaten Solok Selatan, Sumatera Barat merefleksikan urgensi digitalisasi tersebut.

Sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pauh Duo merupakan pusat oleh-oleh khas Solok Selatan yang berpotensi besar menggerakkan perekonomian lokal. Kelompok UMKM ini terutama memproduksi makanan tradisional Minangkabau seperti rendang, keripik balado, kue-kue khas, dan aneka panganan lokal lainnya -yang diminati sebagai buah tangan. Meskipun memiliki produk dengan cita rasa otentik dan kekayaan budaya, tantangan yang dihadapi UMKM Pauh Duo adalah terbatasnya jangkauan pasar akibat minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pemasaran. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional, misalnya menjual langsung di pasar lokal atau melalui jaringan personal, sehingga produk mereka kurang dikenal di luar daerah. Akibatnya, daya saing produk relatif rendah di pasar yang lebih luas.

Pemerintah Kabupaten Solok Selatan telah menyadari isu ini dan mulai mendorong para pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran produk secara digital. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM setempat mengimbau UMKM membuat inovasi pemasaran melalui media digital dan memanfaatkan teknologi untuk pembukuan dan transaksi agar usaha lebih efisien. Bahkan, program pelatihan telah diberikan kepada puluhan UMKM binaan di Solok Selatan tentang digitalisasi produk dan pemasaran online. Langkah-langkah tersebut menunjukkan relevansi digitalisasi sebagai jawaban atas tantangan bisnis lokal di Pauh Duo.

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) STIE Widyaswara Indonesia dengan judul "Digitalisasi untuk Keunggulan Bersaing & Keberlanjutan Bisnis UMKM di Kecamatan Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan" dirancang sebagai bagian dari upaya solusi atas permasalahan di atas. Program ini menggandeng

mitra Sentra IKM Pauh Duo sebagai fokus pendampingan, dengan tujuan meningkatkan kapasitas digital para pelaku UMKM lokal agar mampu bersaing dan mempertahankan usahanya secara berkelanjutan. Kegiatan utama PKM meliputi pemberian materi tentang pentingnya digitalisasi bagi UMKM serta pelatihan pembuatan website [sentraikmsolse.com](http://sentraikmsolse.com) sebagai sarana pemasaran digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM Pauh Duo dapat mulai mengadopsi teknologi digital dalam operasional dan pemasaran, sehingga tercipta keunggulan kompetitif baru dan model bisnis yang lebih berkelanjutan. Laporan ini akan memaparkan secara komprehensif pelaksanaan program tersebut, mulai dari latar belakang pentingnya digitalisasi, kajian pustaka terkait konsep-konsep kunci, metode kegiatan, hasil yang dicapai, pembahasan temuan, keterbatasan program, hingga kesimpulan dan saran untuk keberlanjutan strategi digitalisasi UMKM di Pauh Duo.

## METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif melalui workshop/pelatihan tatap muka. Tim PKM berperan sebagai fasilitator dan narasumber yang memberikan materi serta pendampingan langsung kepada mitra UMKM. Desain kegiatan mencakup sesi pemaparan teori (ceramah interaktif) dan sesi praktik (*hands-on*) agar peserta tidak hanya memahami konsep digitalisasi, tetapi juga merasakan langsung penggunaannya. Materi disusun menyesuaikan konteks usaha peserta (mikro dan kecil di sector pengolahan makanan tradisional) sehingga mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Peningkatan Pemahaman Peserta

Pada sesi pertama (materi teori), peserta tampak antusias mendengarkan paparan Sastria Nofrita. Mereka diperkenalkan dengan konsep-konsep dasar seperti apa itu transformasi digital, bagaimana perilaku konsumen telah bergeser ke online, dan peluang apa yang bisa dimanfaatkan UMKM lokal melalui teknologi. Narasumber menggunakan bahasa sederhana dan banyak analogi, misalnya membandingkan etalase toko fisik dengan etalase online di media sosial/*website*. Peserta yang awalnya tampak ragu mulai memahami bahwa memiliki akun media sosial bisnis atau website dapat mendekatkan produk mereka ke pembeli di luar daerah. Terjadi dialog interaktif; beberapa peserta menceritakan kendala pemasaran yang mereka alami, seperti penjualan yang menurun saat sepi wisatawan, dan narasumber menanggapi dengan solusi digital (misal: menjual lewat marketplace selama musim sepi kunjungan). Selama satu jam sesi ini, terjadi peningkatan pemahaman yang ditunjukkan melalui pertanyaan-pertanyaan kritis dari peserta – tanda bahwa mereka mulai memikirkan penerapan digitalisasi dalam konteks usaha masing-masing.

Sebagai contoh, seorang peserta bertanya bagaimana cara menerima pesanan *online* dari luar daerah dan mengirim produk dengan aman. Pertanyaan ini kemudian dijawab dengan penjelasan tentang platform e-commerce dan jasa logistik. Di akhir sesi teori, peserta mengerti bahwa digitalisasi bukan hal rumit atau mahal; langkah sederhana seperti membuat Halaman Facebook untuk produk, menggunakan *WhatsApp Business*, atau bergabung di marketplace dapat dicoba segera. Rata-rata peserta dalam kuesioner akhir menyatakan “materi membuka wawasan baru” dan mereka merasa lebih percaya diri untuk memulai langkah kecil digitalisasi (misalnya akan mencoba membuat akun Instagram untuk dagangan mereka).

### B. Pelatihan Pembuatan Website dan Hasilnya

Sesi kedua merupakan inti praktik, yaitu pembuatan website Sentra IKM Pauh Duo Solok Selatan. Dalam sesi ini, narasumber Yerizal memandu proses secara bertahap, dimulai dari menjelaskan apa itu domain dan hosting, hingga akhirnya sebuah situs web sederhana dapat ditayangkan (*go live*). Peserta menyaksikan di layar proyektor bagaimana narasumber mengkonfigurasi halaman menggunakan platform WordPress dengan antarmuka yang relatif mudah.

Konten website disusun bersama: halaman depan memuat tagline promosi (“Nikmati Makanan Tradisional Minang Kabau Terbaik – Belanja Sekarang”) dan slider gambar produk unggulan. Terdapat pula halaman “Tentang Kami” yang menjelaskan profil Sentra IKM Pauh Duo sebagai pusat oleh-oleh khas Solok Selatan – narasi yang diambil dari masukan peserta mengenai sejarah kelompok mereka.



Yang istimewa, di website tersebut juga dicantumkan ucapan terima kasih dari komunitas IKM Pauh Duo kepada tim PKM STIE Widyaswara Indonesia, yang berbunyi: “Kami segenap anggota IKM Pauh Duo Solok Selatan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya... atas dedikasi dan program yang bermanfaat... Semoga usaha dan komitmen yang diberikan dapat terus memberikan dampak positif dan berkelanjutan...”.

Gambar 1  
Tampilan Website

Ucapan ini ditampilkan di halaman depan sebagai bentuk apresiasi mitra sekaligus testimoni positif atas kegiatan. Dari sisi fungsional, website yang dibuat memiliki fitur sederhana namun penting: halaman Produk berisi daftar item oleh-oleh yang dijual (seperti berbagai jenis keripik, rendang kemasan, dodol, dll.) lengkap dengan foto, deskripsi singkat, dan kontak order; lalu halaman Kontak menampilkan alamat lokasi Sentra IKM, nomor WhatsApp admin, dan email. Beberapa foto produk telah diunggah selama pelatihan – foto-foto ini sebelumnya dipersiapkan oleh peserta dengan membawa contoh produk dan sesi pemotretan sederhana dilakukan agar tampil menarik di situs.

Hasil akhirnya, situs sentraikmsolsel.com berhasil online pada sore itu, dan dapat diakses melalui ponsel peserta. Momen ketika website pertama kali dibuka melalui HP menimbulkan tepuk tangan kecil dari peserta; mereka bangga melihat produk lokal mereka “manggung” di internet. Narasumber juga memberikan tutorial singkat cara mengelola website, misalnya bagaimana menambah produk baru atau mengedit informasi, dengan harapan ada anggota kelompok yang bisa ditunjuk mengelola konten ke depannya. Peserta diajak mencoba langsung: salah satu peserta perwakilan diberi kesempatan menambahkan satu produk (dodol kentang) di halaman toko dengan bimbingan narasumber. Meskipun masih terbata-bata menggunakan laptop, peserta tersebut berhasil mengunggah foto dan mengetik deskripsi produk. Ini menandakan transfer keterampilan mulai terjadi, walaupun untuk selanjutnya tentu dibutuhkan latihan lanjutan.



Gambar 2

Foto bersama se usai pelatihan: Tim PKM dan para pelaku UMKM Sentra IKM Pauh Duo mengangkat jempol di depan spanduk kegiatan sebagai tanda semangat menuju digitalisasi.

### C. Partisipasi dan Respons Peserta Hasil

Sepanjang kegiatan, tingkat partisipasi peserta tergolong tinggi. Seluruh peserta hadir hingga akhir sesi, dan aktif terlibat baik dalam diskusi maupun praktik. Beberapa peserta yang awalnya tampak pemalu mulai berani sharing pengalaman usaha dan tantangannya, sehingga terjadi saling belajar antar peserta (misalnya berbagi tips pemasaran mulut ke mulut yang selama ini dipakai). Situasi pelatihan cukup santai – peserta duduk lesehan beralaskan tikar di ruangan display produk Sentra IKM sehingga sambil berdiskusi bisa langsung menunjuk contoh produk nyata di sekitar.

Kedekatan ini menambah kontekstual pemahaman: ketika membahas pentingnya foto produk menarik, narasumber menunjuk salah satu kemasan keripik sanjai milik peserta dan memberi saran bagaimana foto tersebut sebaiknya diambil. Para peserta merespon dengan antusias; mereka tampak termotivasi karena materi sangat relevan dengan usaha mereka sehari-hari. Pada akhir acara, dilakukan sesi foto bersama dengan memegang spanduk kegiatan PKM. Wajah para peserta terlihat ceria dan optimistis. Dalam diskusi penutupan, ketua Sentra IKM Pauh Duo mewakili anggota menyampaikan terima kasih kepada tim PKM atas ilmu dan bantuan pembuatan website. Beliau mengungkapkan bahwa selama ini kelompok mereka belum pernah memiliki kesempatan pelatihan teknologi seperti ini, dan program ini menjadi “angin segar” bagi mereka untuk memajukan usaha. Beberapa peserta bahkan mengusulkan agar setelah ini diadakan lagi pelatihan lanjutan, misalnya khusus belajar memasarkan di media sosial atau pelatihan foto produk, yang menunjukkan semangat mereka untuk terus belajar.



Gambar 3  
Kegiatan sedang berlangsung

#### D. Evaluasi dan Dampak Langsung

Berdasarkan kuesioner akhir yang dikumpulkan, 90% peserta merasa pemahaman mereka tentang digitalisasi UMKM “meningkat signifikan” dibanding sebelum pelatihan. Seluruh peserta menyatakan berniat mencoba minimal satu aksi digitalisasi dalam waktu dekat, seperti membuat akun media sosial baru atau memperbarui informasi usaha di Google Maps. Dampak langsung yang paling nyata adalah tersedianya website [sentraikmsolsel.com](http://sentraikmsolsel.com)

sebagai platform pemasaran digital bersama bagi UMKM Pauh Duo. Website ini langsung mulai dimanfaatkan: sesuai pelatihan, tim PKM membantu membagikan tautan situs tersebut di grup WhatsApp komunitas lokal dan media sosial kampus untuk publikasi. Sejumlah pesanan pertama melalui kontak di website mulai berdatangan dalam minggu berikutnya – misalnya, seorang alumni Solok Selatan di Padang melihat informasi ini dan memesan paket rendang dan keripik secara online untuk dikirim ke Jakarta. Meskipun volume penjualannya masih kecil, hal ini memberikan contoh nyata kepada UMKM bahwa kehadiran online bisa mendatangkan pelanggan baru. Selain itu, pemerintah nagari setempat yang mendengar laporan kegiatan ini mengapresiasi inisiatif mahasiswa dan berencana memasukkan link website Sentra IKM Pauh Duo di website resmi nagari sebagai promosi wisata dan ekonomi lokal. Dengan demikian, hasil kegiatan PKM ini tidak hanya selesai pada hari itu, namun berlanjut memberikan dampak dan membuka peluang kolaborasi lebih luas.

#### KESIMPULAN

Kegiatan PKM “Digitalisasi untuk Keunggulan Bersaing & Keberlanjutan Bisnis UMKM di Kecamatan Pauh Duo Kabupaten Solok Selatan” telah mencapai sasaran utama dalam memberdayakan mitra UMKM Sentra IKM Pauh Duo. Melalui pelatihan yang melibatkan transfer pengetahuan dan praktik langsung, pelaku UMKM lokal kini memiliki pemahaman lebih baik tentang pentingnya adopsi teknologi digital. Mereka memperoleh wawasan baru mengenai pemasaran online, pengelolaan usaha secara digital, dan peluang pasar yang lebih luas. Hasil konkrit dari program ini adalah terbentuknya website [sentraikmsolsel.com](http://sentraikmsolsel.com) sebagai platform *e-commerce* lokal, yang menjadi aset digital pertama bagi komunitas UMKM Pauh Duo.

Pembuatan website tersebut menandai langkah awal transformasi digital yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka – produk-produk unggulan lokal kini dapat dipromosikan lebih luas, berkompetisi tidak lagi hanya di tingkat lokal tapi juga regional/nasional melalui internet. Selain itu, kegiatan ini mendorong mindset berkelanjutan pada peserta: mereka menyadari bahwa untuk menjaga eksistensi usaha di era modern, perlu terus belajar dan beradaptasi dengan teknologi. Program ini juga memperlihatkan keberhasilan model kolaborasi antara perguruan tinggi dan komunitas dalam memecahkan masalah nyata di lapangan, sesuai dengan fungsi pengabdian kepada masyarakat. Tentunya,

digitalisasi UMKM merupakan proses berkelanjutan – tidak cukup dengan satu kali pelatihan. Namun, dengan fondasi yang telah diletakkan, UMKM Pauh Duo memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan tidak tertinggal dalam arus ekonomi digital. Ke depannya, jika upaya ini terus didukung, bukan tidak mungkin Sentra IKM Pauh Duo dapat menjadi contoh best practice digitalisasi UMKM di Solok Selatan bahkan Sumatera Barat.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM STIE Widyaswara Indonesia yang sudah membantu memfasilitasi kegiatan PkM ini terlaksana, dan juga terimakasih kepada Sentra IKM Pauh Duo yang bersedia menjadi mitra dalam kegiatan PkM ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agyl, Ahmad Lazuardy, Gema Rahma Yani, Ronaldi Krismon, Yuli Handayani, and Mandra Adrika Putra. 2025. *KOMUNIKASI BISNIS: Menangani Bad News Dan Menciptakan Dampak Positif*. Serasi Media Teknologi.
- Havira, Piza, Bima Septiawan, Refdi Santosa, Syariah Turrahmi, Fitri Rahmadani, and Mandra Adrika Putra. 2025. *KOMUNIKASI BISNIS: Menulis Efektif Untuk Dunia Kerja*. Serasi Media Teknologi.
- Lafitri, Stevani, Aisyah Pratama, Vella Miranda Syaputri, Yoga Ferdian Syah Putra, Ilhami Yuldha Fitra, and Mandra Adrika Putra. 2025. *KOMUNIKASI BISNIS: Strategi Menyusun & Menyampaikan Pesan Profesional*. Serasi Media Teknologi.
- Putra, Edo Eka, Rahmad Hidayat, Toni Asriyan Putra, Fadila Agustia Safnur, Reviana Novita, and Mandra Adrika Putra. 2025. *KOMUNIKASI BISNIS: Skill Esensial Untuk Dunia Kerja*. Serasi Media Teknologi.
- Adiyansyah Lubis. (17 Desember 2024). Pemkab Solok Selatan Dorong UMKM Lakukan Pemasaran Digital. Radar Sumbar.
- Antara News. (14 Oktober 2024). Kemenkop UKM: 25,5 juta UMKM telah "go digital". Jakarta: ANTARA
- Bisnis.com. (24 November 2024). Peran Digitalisasi untuk Keberlanjutan UMKM di Era Modern. Jakarta: Bisnis Indonesia
- Kampus Widyaswara Indonesia. (3 Februari 2025). PkM – Optimalisasi Potensi Lokal melalui Pengembangan UMKM berbasis Kearifan Lokal di Solok Selatan. Padang: LPPM Widyaswara
- Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen. (Juni 2025). Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Medan. Vol.5 No.2, hal.116-127
- Mia Chitra Dinisari. (2024). Digitalisasi: kunci keberlanjutan IKM di era modern.
- Wawancara dengan CEO Sopwer Teknologi Indonesia
- Shofi Ayudiana. (2024). Digitalisasi perluas akses pasar dan tingkatkan daya saing produk UMKM. Konferensi Pers Kemenkop UKM
- Dinas Perindagkop UKM Solok Selatan. (2024). Pelatihan Digitalisasi Produk bagi UMKM Solok Selatan. (Pernyataan Akmal Hamdi, Kadis UKM
- ResearchHub.id. (Mei 2025). Digitalisasi UMKM dan Peningkatan Daya Saing (SLR  
UMKM Medan)

Global Sciencs Jurnal Manajemen. (Jan 2025). Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Era Digital. (Kajian literatur berbagai faktor inovasi digital dalam UMKM).