

Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mendorong UMKM Naik Kelas

Siera Syailendra¹, Mira Tasya Rahma Dani², Ramado Anuar³, Sopian⁴, Abdullah Rasjid⁵, Biocella Viona Avisha⁶, Purnama Rinif⁷

Universitas Kader Bangsa^{1,4,5, 6, 7}

Universitas Sriwijaya²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi APRIN³

Corresponding email:sierasyailendra01@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 10-07-2026

Received : 16-07-2026

Revised : 31-07-2026

Accepted : 31-07-2026

Keywords

MSMEs

Class Improvement

Internal Factors

External Factors

Systematic Literature Review.

Kata Kunci

UMKM

Peningkatan Kelas

Faktor Internal

Faktor Eksternal

Tinjauan Pustaka Sistematis.

ABSTRACT

This study aims to analyze internal and external factors influencing MSMEs' upgrading based on previous research findings. The method used is a Systematic Literature Review (SLR) with stages of inquiry, literature search, article screening, feasibility assessment, and thematic synthesis. The results of the study indicate that internal factors—entrepreneurial capacity, innovation, and resource management—and external factors—policy support, access to financing, and the business ecosystem—play a significant role in encouraging MSMEs to upgrade. While the synergy of these two factors is key, internal factors are the primary determinant of MSME success. This study provides a conceptual contribution in strengthening the understanding of the determinants of MSME upgrading through a systematic synthesis of previous research.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi peningkatan kelas UMKM berdasarkan temuan penelitian terdahulu. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan tahapan pertanyaan, pencarian literatur, penyaringan artikel, penilaian kelayakan, dan sintesis tematik. Hasil kajian menunjukkan faktor internal—kapasitas wirausaha, inovasi, dan pengelolaan sumber daya—serta faktor eksternal—dukungan kebijakan, akses pembiayaan, dan ekosistem usaha—berperan penting dalam mendorong UMKM naik kelas. Sinergi kedua faktor menjadi kunci, namun faktor internal merupakan penentu utama keberhasilan UMKM. Kajian ini memberikan kontribusi konseptual dalam memperkuat pemahaman determinan peningkatan UMKM melalui sintesis sistematis penelitian sebelumnya.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, baik melalui penyerapan tenaga kerja maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2024), UMKM menyumbang lebih dari 60 persen terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja di Indonesia. Angka tersebut menegaskan bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional sekaligus menjadi fondasi ketahanan ekonomi masyarakat.

Namun demikian, sebagian besar UMKM di Indonesia masih beroperasi pada skala mikro dan kecil, sementara jumlah yang berhasil "naik kelas" menuju kategori menengah masih sangat terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan struktural yang signifikan dalam proses pengembangan dan pemberdayaan UMKM di berbagai wilayah (Suminah et al., 2022).

Untuk memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai posisi UMKM dalam perekonomian nasional, diperlukan data terkini yang menunjukkan skala, sebaran, serta sektor usaha yang paling mendominasi. Data ini penting sebagai pijakan awal untuk memahami kompleksitas tantangan yang dihadapi UMKM sebelum naik kelas. Berdasarkan pembaruan statistik terbaru, jumlah UMKM di Indonesia tidak hanya besar secara keseluruhan, tetapi juga memiliki distribusi yang sangat timpang antar sektor, di mana perdagangan dan kuliner menjadi dua sektor yang paling banyak digeluti pelaku usaha. Kondisi ini menegaskan perlunya pembinaan dan strategi pengembangan yang lebih spesifik dan kontekstual bagi masing-masing sektor. Rincian jumlah UMKM per sektor pada tahun 2024 dan estimasi 2025 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.
Jumlah UMKM tahun 2024

No	Sektor UMKM (Kategori Resmi KemenKop)	Jumlah UMKM Tahun 2024	Keterangan
1.	Perdagangan Besar & Eceran, Reparasi Mobil & Motor	14.433.048 Unit	Sektor UMKM terbesar tahun 2024
2.	Penyediaan Akomodasi, Makanan & Minuman (Kuliner/F&B)	6.400.667 unit	Sektor terbesar kedua
3.	Industri Pengolahan/Manufaktur Mikro- Kecil	4.164.542 unit	Sektor produksi dan kerajinan
4.	Jasa Lainnya	1.906.799 unit	Termasuk jasa salon, foto, tailor, dll.
5.	Pengangkutan & Pergudangan	1.169.310 unit	Jasa transportasi mikro
6.	Konstruksi	307.519 unit	UMKM konstruksi kecil

7.	Penyewaan, Kegiatan Agen Perjalanan & Layanan Pendukung Usaha	289.650 unit	UMKM biro perjalanan, rental, dll.
8.	Pertambangan & Penggalian	196.841 unit	Usaha tambang mikro
Total UMKM tercatat pada 2024 yaitu 30.18.000.000 unit (total registrasi KemenKop)			

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI melalui KADIN Indonesia (2024)/<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

Tabel 2.
Jumlah UMKM tahun 2025

No	Indikator UMKM	Tahun 2025
1.	Jumlah UMKM Nasional (total)	66.000.000 unit
2.	Produk Domestik Bruto (PDB)	61,9%
3.	Jumlah Tenaga Kerja yang Diserap UMKM	119.000.000 Orang
4.	Sektor UMKM yang dominan (naratif)	Perdagangan, Kuliner, Fashion, Kerajinan, dll.

Sumber: Antara News (2025), Bisnis.Com (2025), Badan Pusat Statistik / Kementerian UMK.

Estimasi jumlah UMKM nasional (formal & informal) berdasarkan pemetaan 2025 paling banyak berada di sektor perdagangan, diikuti kuliner, fesyen, dan manufaktur kecil. Untuk tahun 2025, pemerintah belum merilis data per sektor secara resmi. Namun estimasi 66 juta unit merupakan angka yang paling banyak digunakan di media ekonomi nasional yang kredibel dan merujuk data pemerintah (KemenKop/BPS) secara umum. Kesenjangan tersebut menjadi tantangan serius mengingat keberhasilan UMKM untuk naik kelas berkorelasi positif dengan peningkatan daya saing ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemampuan UMKM untuk berkembang tidak hanya ditentukan oleh aspek modal semata, tetapi juga oleh kombinasi faktor internal dan eksternal (Ongbali et al., 2024; Saptono et al., 2024). Faktor internal meliputi kompetensi kewirausahaan, orientasi inovasi, manajemen keuangan, literasi digital, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar (Larios-Francia et al., 2023; Wahyudiono et al., 2024; Munandar et al., 2025). Sementara itu, faktor eksternal mencakup dukungan kebijakan pemerintah, akses pembiayaan, infrastruktur digital, jaringan kemitraan, serta lingkungan regulasi yang kondusif (Ebrahim et al., 2023; Ardiansyah et al., 2024; Wulandari et al., 2021).

Secara konseptual, "naik kelas" tidak hanya dipahami sebagai peningkatan omzet atau skala usaha, tetapi juga sebagai proses transformasi yang mencerminkan peningkatan kapasitas manajerial, inovasi produk, serta kemampuan adaptif dalam menghadapi dinamika pasar (Larios-Francia et al., 2023). Beberapa literatur internasional menekankan pentingnya

entrepreneurial ecosystem dalam mendorong UMKM naik kelas, di mana interaksi antaraktor pemerintah, lembaga keuangan, asosiasi bisnis, dan pelaku usaha menjadi katalis pertumbuhan yang berkelanjutan (Acs et al., 2017; Stam, 2018). Dalam konteks Indonesia, sistem ekosistem ini belum sepenuhnya berjalan optimal karena masih terbatasnya koordinasi antar pemangku kepentingan, serta rendahnya kapasitas pelaku UMKM dalam mengakses peluang dan sumber daya pendukung (Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 2023; Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, 2023).

Selain itu, penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa berbagai program pemberdayaan yang digulirkan pemerintah belum memberikan hasil yang merata di setiap daerah (Jurnal Siasat Bisnis, 2024; Jurnal Ekonomi, 2022). Salah satu penyebabnya ialah belum adanya pemetaan kebutuhan UMKM yang spesifik berdasarkan karakteristik lokal. Misalnya, di wilayah perkotaan seperti Palembang, tantangan utama UMKM bukan hanya soal akses modal, tetapi juga rendahnya kemampuan digitalisasi, lemahnya strategi pemasaran, dan minimnya kolaborasi antarpelaku usaha (Jurnal Bisnis Strategi, 2020). Akibatnya, meskipun dukungan program pemerintah tersedia, tingkat keberhasilan UMKM untuk berkembang ke skala menengah masih relatif rendah.

Berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM naik kelas, baik dari sisi internal maupun eksternal. Studi Suminah et al. (2022) dan Saptono et al. (2024) menekankan pentingnya kompetensi kewirausahaan, inovasi, serta manajemen keuangan sebagai penggerak utama pertumbuhan usaha kecil. Di sisi lain penelitian Ebrahim et al. (2023) dan Wulandari et al. (2021) menunjukkan bahwa dukungan kebijakan, akses pembiayaan, serta infrastruktur digital berperan penting dalam memperluas daya saing UMKM di tingkat nasional maupun internasional.

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif deskriptif, yang berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel tanpa menggali secara mendalam proses sosial dan psikologis di balik fenomena naik kelas. Padahal, dinamika pengembangan UMKM tidak hanya dapat dijelaskan melalui data statistik, tetapi juga melalui pemahaman kontekstual mengenai bagaimana pelaku usaha memaknai perubahan, menghadapi hambatan, dan beradaptasi terhadap tuntutan pasar (SAGE Open, 2024; JEMI, 2024).

Selain itu, penelitian terdahulu di Indonesia cenderung bersifat nasional dan agregatif, sehingga belum banyak yang menyoroti karakteristik lokal di kota-kota besar. Padahal, setiap daerah memiliki dinamika dan ekosistem kewirausahaan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan menganalisis secara sistematis hasil-hasil penelitian terdahulu terkait faktor internal dan eksternal yang memengaruhi peningkatan kelas UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks nasional berdasarkan sintesis temuan penelitian terdahulu. Berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki potensi

signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, namun hanya sebagian yang mampu bertransisi menuju skala usaha yang lebih tinggi. Kondisi tersebut mencerminkan adanya kompleksitas tantangan yang dihadapi UMKM, baik dari faktor internal, seperti kapasitas manajerial, inovasi produk, dan literasi keuangan (Jurnal Manajemen Indonesia, 2024; Jurnal Inovasi Ekonomi, 2021), maupun faktor eksternal, seperti kebijakan pendukung, akses permodalan, serta kolaborasi dengan sektor swasta (Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 2022; Jurnal Manajemen Teknologi, 2023).

Dalam tataran praktis, tantangan tersebut menegaskan bahwa strategi pemberdayaan UMKM tidak dapat bersifat one-size-fits-all, melainkan perlu disesuaikan dengan konteks lokal dan karakteristik pelaku usahanya. Palembang sebagai pusat perdagangan di Sumatera Selatan menghadapi dinamika ekonomi yang unik, di mana sebagian besar pelaku UMKM masih berorientasi pada pasar tradisional, sementara penetrasi pasar digital belum optimal. Kondisi ini memperlihatkan adanya potensi besar sekaligus hambatan struktural dalam proses naik kelas, yang jika tidak dikelola dengan baik dapat memperlebar kesenjangan antara pelaku mikro dan menengah. Lebih jauh, sejumlah penelitian internasional menyoroti pentingnya memahami meaning-making process dalam perjalanan transformasi UMKM, yaitu bagaimana pelaku usaha menafsirkan pengalaman, hambatan, dan peluang yang mereka hadapi selama proses pengembangan (SAGE Open, 2024; Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation [JEMI], 2024). Pendekatan semacam ini memungkinkan peneliti melihat dimensi sosial dan psikologis dari pertumbuhan usaha yang sering kali luput dari pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu, pendekatan Systematic Literature Review (SLR) menjadi relevan untuk menganalisis secara sistematis temuan penelitian terdahulu mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi peningkatan kelas UMKM.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor internal dan eksternal yang mendorong UMKM untuk naik kelas melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan mensintesis temuan penelitian terdahulu yang relevan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang pengembangan UMKM dengan menawarkan perspektif berbasis konteks lokal. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah daerah, lembaga pendamping, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi pemberdayaan yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM di tingkat daerah.

TUJUAN PENELITIAN

Selaras dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi faktor internal UMKM yang mendorong peningkatan kelas berdasarkan penelitian terdahulu.

2. Menganalisis faktor eksternal yang mendukung proses peningkatan kelas UMKM.
3. Mensintesis temuan penelitian terdahulu untuk membangun pemahaman konseptual mengenai peningkatan kelas UMKM.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan konseptual terhadap pengembangan literatur mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi proses kenaikan kelas UMKM. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pemahaman teoretis mengenai bagaimana kapabilitas internal pelaku usaha, seperti inovasi dan kompetensi manajerial, berinteraksi dengan faktor eksternal seperti kebijakan publik, dukungan lembaga, dan dinamika pasar dalam membentuk proses transformasi UMKM dari skala mikro menuju menengah.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pemerintah daerah, lembaga pendamping, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan dan program pemberdayaan UMKM yang lebih partisipatif, adaptif, serta kontekstual terhadap kebutuhan pelaku usaha di lapangan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi pelaku UMKM sendiri, agar mampu mengenali dan mengoptimalkan potensi internal yang dimiliki, sekaligus memanfaatkan peluang dan dukungan eksternal secara lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada penguatan landasan teoretis dalam bidang studi kewirausahaan dan pengembangan UMKM, tetapi juga menawarkan implikasi kebijakan yang konkret untuk mendorong percepatan transformasi UMKM menuju kemandirian dan keberlanjutan ekonomi lokal.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengidentifikasi, menyeleksi, mengevaluasi, dan mensintesis secara sistematis temuan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi proses peningkatan kelas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan SLR dipilih karena mampu memberikan pemahaman komprehensif berbasis bukti ilmiah terhadap pola, kecenderungan, serta kerangka konseptual yang berkembang dalam kajian pengembangan UMKM, tanpa melibatkan pengumpulan data primer secara eksploratif.

Proses penelusuran literatur dilakukan melalui database ilmiah yang relevan, antara lain Google Scholar, SINTA, dan jurnal nasional terakreditasi, dengan menggunakan kata kunci UMKM, naik kelas, faktor internal, dan faktor eksternal. Artikel yang dijadikan bahan kajian merupakan publikasi ilmiah yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu artikel penelitian yang secara substansial membahas pengembangan dan peningkatan kapasitas UMKM, serta kriteria eksklusi berupa artikel yang tidak relevan dengan fokus penelitian atau tidak memenuhi standar akademik.

Sebagai pelengkap analisis, peneliti juga melakukan konfirmasi terbatas melalui komunikasi singkat dengan sejumlah pelaku UMKM untuk memastikan kesesuaian umum antara temuan literatur dan kondisi empiris di lapangan. Konfirmasi ini tidak diposisikan sebagai sumber data utama, melainkan sebagai pendukung interpretasi hasil SLR. Dengan demikian, keseluruhan hasil dan pembahasan penelitian ini bertumpu pada sintesis sistematis terhadap penelitian terdahulu yang relevan.

Hasil dan Pembahasan

Peningkatan kelas UMKM merupakan sebuah proses bertahap yang dipengaruhi oleh kekuatan faktor internal yang dimiliki oleh pelaku usaha. Faktor internal ini meliputi kompetensi kewirausahaan, kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan, kapasitas inovasi, literasi teknologi, serta efektivitas struktur organisasi UMKM. Seluruh komponen tersebut berperan sebagai fondasi utama yang menentukan kemampuan UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis. Ketangguhan internal inilah yang menjadi dasar bagi UMKM untuk merespons tantangan eksternal dan memanfaatkan peluang baru secara optimal.

Kemampuan kewirausahaan dan inovasi terbukti menjadi pendorong utama dalam mempercepat proses naik kelas UMKM. Pelaku usaha yang mampu merumuskan visi jangka panjang, membaca tren pasar, serta menciptakan produk yang relevan dengan selera konsumen menunjukkan tingkat adaptabilitas yang lebih tinggi. Sejumlah studi menunjukkan bahwa, UMKM yang konsisten melakukan inovasi dalam rasa, desain, kemasan, teknik produksi, hingga strategi pemasaran menunjukkan perkembangan usaha yang lebih signifikan. Inovasi memberikan nilai tambah yang membuat produk UMKM mampu bersaing, bahkan di pasar yang telah dipenuhi produk dari perusahaan besar.

Selain kemampuan inovatif, pengelolaan keuangan yang baik menjadi penentu penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Pencatatan keuangan yang sistematis, pemisahan dana pribadi dan usaha, serta evaluasi berkala terhadap arus kas memberikan dasar bagi UMKM untuk membuat keputusan bisnis yang lebih cermat. Keuangan yang tertata juga berperan penting dalam proses akses pembiayaan formal. Banyak UMKM yang gagal memperoleh kredit atau modal usaha karena minimnya laporan keuangan. Hal ini menegaskan bahwa penguatan literasi keuangan merupakan kebutuhan fundamental bagi UMKM yang ingin naik kelas.

Di luar faktor internal, lingkungan eksternal juga berperan besar dalam membentuk peluang pertumbuhan UMKM. Dukungan pemerintah melalui pelatihan, pendampingan, regulasi, fasilitasi perizinan, serta kebijakan pembiayaan inklusif memberikan ruang yang lebih luas bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi. Selain itu, perkembangan teknologi digital membuka jalur pemasaran baru yang memungkinkan UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Meskipun

demikian, keberhasilan pemanfaatan faktor eksternal tetap sangat ditentukan oleh kesiapan internal pelaku usaha dalam menyerap dan menerapkan pengetahuan baru.

Sinergi antara faktor internal dan eksternal menjadi esensi dari keberhasilan UMKM naik kelas. UMKM yang memiliki fondasi internal kuat cenderung lebih mudah memanfaatkan peluang eksternal seperti akses pembiayaan, program pelatihan, dan kemitraan bisnis. Sebaliknya, dukungan eksternal seperti digitalisasi, jejaring pasar, dan regulasi pemerintah turut mempercepat penguatan internal UMKM. Interaksi timbal balik ini menghasilkan efek pengganda yang memungkinkan UMKM mencapai peningkatan kapasitas produksi, perluasan pasar, pertumbuhan omzet, serta diversifikasi produk secara berkelanjutan, sebagaimana terlihat pada UMKM-UMKM yang berkembang di Kota Palembang.

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan kelas UMKM harus dilakukan melalui pendekatan holistik yang tidak memisahkan penguatan internal dan eksternal. Program pembinaan dan pendampingan perlu disesuaikan dengan kapasitas internal pelaku usaha, sementara UMKM itu sendiri harus terus meningkatkan kompetensi, literasi keuangan, kemampuan inovasi, serta pemanfaatan teknologi. Ketika kedua faktor tersebut mampu berjalan selaras, maka UMKM memiliki potensi besar untuk menjadi usaha yang profesional, kompetitif, dan berdaya saing tinggi pada tingkat lokal, regional, maupun nasional. Berdasarkan hasil analisis IE Matrix, posisi UMKM target penelitian berada dalam kuadran Strong/High, menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal saling memperkuat dalam mendorong kapabilitas UMKM untuk naik kelas.

Faktor Internal yang Mempengaruhi Peningkatan Kelas UMKM

Faktor internal merupakan elemen yang berasal dari dalam diri pelaku usaha maupun dari karakteristik organisasi UMKM itu sendiri, sehingga pembentukannya sangat ditentukan oleh kapasitas, pengalaman, pola pikir, serta kemampuan adaptasi pemilik usaha. Berdasarkan hasil sintesis penelitian terdahulu, faktor internal terbukti memainkan peran fundamental dalam menentukan apakah sebuah UMKM dapat bertahan, bertumbuh, atau bahkan mengalami percepatan untuk naik kelas. Faktor internal ini tidak hanya berfungsi sebagai fondasi yang menopang operasional usaha, tetapi juga menentukan kemampuan UMKM dalam merespons perubahan lingkungan bisnis, memanfaatkan peluang, dan mengatasi tantangan kompetitif yang muncul.

Salah satu faktor internal yang paling signifikan adalah kompetensi kewirausahaan. Kompetensi ini mencakup kemampuan pelaku usaha dalam menyusun visi jangka panjang. Mengembangkan strategi produksi, merencanakan arah pertumbuhan, mengelola prioritas kerja, hingga menciptakan inovasi yang relevan dengan dinamika permintaan konsumen.

Pelaku UMKM yang memiliki kompetensi kewirausahaan yang baik umumnya tidak hanya fokus pada aktivitas harian, tetapi mampu melihat bisnisnya sebagai entitas yang harus berkembang dari waktu ke waktu. Kemampuan membaca dinamika pasar, memahami

perilaku konsumen, dan memprediksi perubahan tren menjadi aspek penting yang membuat pelaku usaha lebih adaptif dan tangguh. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang tumbuh pesat adalah mereka yang dapat menata proses produksi secara sistematis, menjaga konsistensi kualitas produk, serta mampu mengoptimalkan sumber daya yang tersedia tanpa mengorbankan efisiensi.

Selain itu, kemampuan berinovasi menjadi elemen kunci lain yang mempengaruhi peningkatan kelas UMKM. Inovasi dalam konteks UMKM tidak hanya mencakup pengembangan produk baru, tetapi juga penyempurnaan rasa, desain, kemasan, teknik produksi, hingga strategi pemasaran. Pelaku UMKM yang inovatif secara aktif merespons perubahan selera konsumen dan memanfaatkan umpan balik pasar sebagai dasar pengembangan produk. Pada sektor UMKM makanan, berbagai studi menunjukkan bahwa inovasi sering dilakukan melalui bentuk variasi menu, penggunaan bahan lokal, atau pembaruan tampilan kemasan agar lebih menarik bagi konsumen digital. Kreativitas dan inovasi memberikan nilai tambah bagi produk UMKM sehingga mampu bersaing dengan produk yang lebih mapan di pasar. Dalam konteks persaingan modern, inovasi menjadi pembeda signifikan antara UMKM yang stagnan dan UMKM yang mampu naik kelas.

Aspek internal lain yang tidak kalah penting adalah pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan pelaku UMKM memahami kondisi arus kas, mengatur pengeluaran, serta menyusun strategi dalam penggunaan modal. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa, banyak UMKM yang belum menerapkan pencatatan keuangan secara teratur, sehingga sulit memetakan keuntungan, kerugian, atau kebutuhan modal tambahan. Di sisi lain, UMKM yang telah menerapkan pencatatan sederhana seperti pembukuan harian, pemisahan modal pribadi dan usaha, serta evaluasi berkala terhadap aliran kas menunjukkan kinerja yang lebih stabil dan lebih mudah mengakses pembiayaan formal. Lembaga keuangan pada umumnya membutuhkan laporan keuangan sebagai dasar penilaian kelayakan pemberian kredit. Ketidakmampuan menyediakan dokumen tersebut menjadi penyebab banyak UMKM gagal memperoleh modal yang dibutuhkan untuk ekspansi usaha. Dengan demikian, kemampuan keuangan bukan hanya berkaitan dengan administrasi, tetapi juga menjadi penentu utama apakah UMKM memiliki daya tawar yang cukup untuk bergerak ke tahap pertumbuhan yang lebih tinggi.

Faktor internal berikutnya adalah karakter dan sikap mental pelaku usaha. Sikap mental seperti ketekunan, resiliensi, kemampuan menghadapi tekanan, optimisme, dan keberanian mengambil risiko menjadi modal psikologis penting yang mendukung keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM yang memiliki motivasi kuat untuk belajar, berkembang, dan terus memperbaiki usahanya cenderung tampil lebih unggul dibandingkan pelaku usaha yang statis atau enggan menerima perubahan. Sikap terbuka terhadap inovasi, kemauan untuk belajar melalui pelatihan, serta kemampuan untuk menerima dan memanfaatkan kritik menjadi kekuatan internal yang sangat mempengaruhi perkembangan UMKM. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang aktif dalam mengikuti pelatihan atau program pendampingan seringkali lebih cepat dalam

mengidentifikasi kelemahan usaha serta mampu merumuskan strategi peningkatan yang aplikatif.

Selain aspek mentalitas, kemampuan dalam penguasaan teknologi juga menjadi faktor internal yang semakin krusial dalam era digital. Penguasaan teknologi mencakup kemampuan menggunakan perangkat digital, mengelola media sosial, memahami fitur-fitur marketplace, serta melakukan promosi secara digital. UMKM yang memiliki literasi digital tinggi tidak hanya lebih mudah memperluas pasar, tetapi juga lebih mampu menjalankan operasional secara efisien. Misalnya, penggunaan aplikasi keuangan dapat membantu pelaku UMKM memantau arus kas secara real-time, sementara penggunaan media sosial dapat menjadi sarana untuk membangun branding dan meningkatkan visibilitas usaha. UMKM yang lambat dalam mengadopsi teknologi seringkali tertinggal oleh pesaing yang lebih cepat memanfaatkan digitalisasi.

Faktor internal terakhir yang juga berpengaruh adalah struktur organisasi dan efisiensi proses produksi. Meskipun ukuran UMKM cenderung kecil, keberadaan struktur organisasi sederhana seperti pembagian tugas, standar operasional, dan alur kerja yang jelas sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi usaha. UMKM yang belum memiliki SOP (Standard Operating Procedure) biasanya mengalami kesulitan menjaga konsistensi kualitas produk dan menghadapi kendala saat permintaan meningkat. Sebaliknya, UMKM yang telah menerapkan sistem kerja terstruktur lebih mampu menangani peningkatan skala produksi tanpa menurunkan kualitas layanan maupun produk.

Secara keseluruhan, faktor internal membentuk "pondasi utama" bagi pertumbuhan UMKM. Tanpa kekuatan internal yang memadai, UMKM akan sulit memanfaatkan peluang eksternal, termasuk program pembinaan, akses pembiayaan, maupun dukungan teknologi. Kekuatan faktor internal inilah yang pada akhirnya menentukan kesiapan UMKM untuk naik kelas dan memasuki pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Peningkatan Kelas UMKM

Faktor eksternal merupakan elemen yang berasal dari lingkungan luar seperti regulasi pemerintah, kondisi ekonomi makro, perkembangan teknologi, akses pasar, dan jejaring bisnis. Meskipun berada di luar kendali langsung pelaku usaha, faktor-faktor ini memainkan peran sangat penting dalam membentuk ekosistem pendukung yang memungkinkan UMKM untuk tumbuh dan naik kelas secara berkelanjutan (Nurul Husna, 2021). Adaptasi strategis terhadap peluang eksternal ini sering kali menjadi pembeda antara UMKM yang stagnan dan yang mampu melakukan transformasi signifikan.

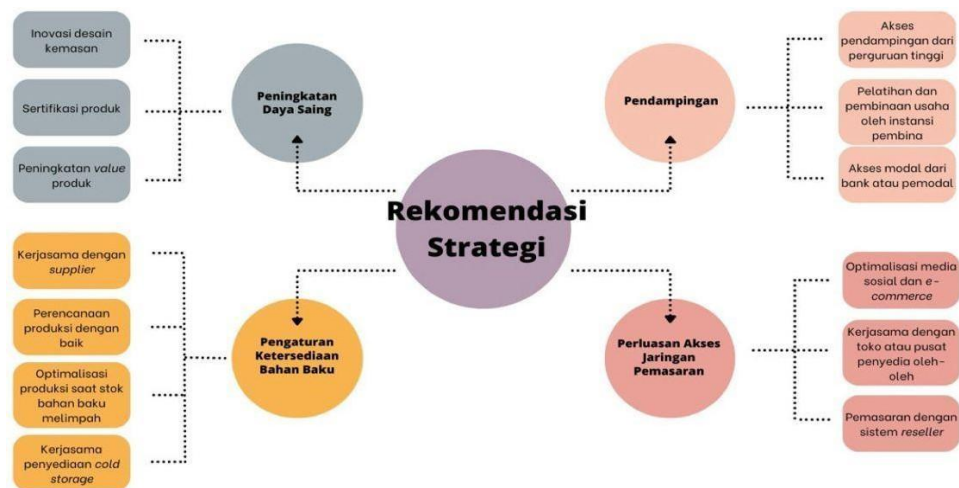
Salah satu faktor eksternal yang paling dominan adalah dukungan pemerintah melalui regulasi, program pembinaan, dan fasilitasi usaha. Di Indonesia, pemerintah telah menginisiasi berbagai kebijakan untuk mendorong pengembangan UMKM. Misalnya, sesuai siaran pers Kemenko Perekonomian, pemerintah menargetkan porsi kredit UMKM terhadap total kredit perbankan mencapai minimal 30% sebagai bagian dari upaya mendorong pembiayaan yang inklusif dan mendorong UMKM naik kelas. Program

pembinaan pemerintah juga mencakup pelatihan manajemen, mentoring produksi, serta fasilitasi perizinan seperti PIRT dan sertifikasi halal untuk mendukung legalitas dan kapabilitas pemasaran UMKM.

Namun, efektivitas program ini sangat bergantung pada keberlanjutan dan kualitas pendampingan. Penelitian pada UMKM di Probolinggo, misalnya, menunjukkan bahwa pendampingan jangka panjang (bukan hanya seminar singkat) lebih efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro. Lebih jauh, dukungan pemerintah dalam membangun infrastruktur teknologi informasi juga tercatat sebagai faktor eksternal yang krusial, karena tanpa pemanfaatan digital yang tepat, UMKM sulit menembus pasar modern. Studi pada koperasi UMKM di Yogyakarta menyebut bahwa kebijakan pemerintah terkait teknologi informasi memperkuat kemampuan TI pelaku UMKM.

Akses pembiayaan adalah faktor eksternal lain yang sangat menentukan skala pertumbuhan UMKM. Dalam ekosistem pembiayaan formal, bank, koperasi, dan fintech menyediakan modal yang dibutuhkan untuk ekspansi, penguatan produksi, atau peningkatan kualitas produk. Pemerintah secara aktif mendorong pengembangan pembiayaan melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan kemitraan lembaga keuangan formal.

Gambar 2.
Analisis Faktor Internal dan Eksternal UMKM Pengolah Ikan



Sumber : Febrianti et al., Analisis Faktor Internal & Eksternal UMKM Pengolah Ikan (Jurnal Balitbang KKP).

Analisis dari diagram “Rekomendasi Strategi” menunjukkan bahwa pengembangan UMKM membutuhkan pendekatan yang holistik, mencakup aspek internal maupun eksternal. Pertama, peningkatan daya saing melalui inovasi kemasan, sertifikasi, dan penambahan nilai produk menjadi fondasi untuk membangun kepercayaan konsumen sekaligus memperluas pasar. Kedua, pengaturan ketersediaan bahan baku menegaskan pentingnya stabilitas produksi; kerja sama dengan pemasok, perencanaan yang matang, serta dukungan fasilitas seperti *cold storage* dapat mengurangi risiko fluktuasi harga dan kerugian

akibat bahan rusak. Ketiga, pendampingan dari perguruan tinggi, instansi pembina, maupun akses modal memperkuat kapasitas internal UMKM sehingga lebih siap menghadapi tantangan pasar. Keempat, perluasan akses jaringan pemasaran melalui media sosial, e-commerce, kerja sama dengan pusat oleh-oleh, dan sistem reseller membuka peluang distribusi yang lebih luas. Keempat strategi ini saling melengkapi: daya saing dan bahan baku memperkuat sisi internal, sementara pendampingan dan pemasaran memperluas dukungan eksternal. Integrasi keduanya menjadi kunci pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

Namun, sebagian besar UMKM menghadapi kendala administrasi, termasuk minimnya laporan keuangan resmi atau jaminan, yang memperumit proses persetujuan kredit hambatan yang umum di banyak UMKM kecil. Kondisi ekonomi makro yang fluktuatif, seperti inflasi dan harga bahan baku, juga memberi tekanan tambahan, menghambat stabilitas usaha dan daya beli konsumen (atau biaya produksi), sehingga menuntut strategi manajemen keuangan yang lebih hati-hati dari pelaku UMKM.

Perkembangan teknologi dan digitalisasi juga menjadi pendorong eksternal penting. Digitalisasi membuka peluang pasar baru melalui marketplace, media sosial, layanan pesan-antar, dan sistem pembayaran digital Pemerintah Indonesia telah meluncurkan program "Go Digital" untuk mendorong UMKM onboarding ke ekosistem digital. Digitalisasi memungkinkan UMKM mengoptimalkan efisiensi operasional, memperluas penetrasi pasar, dan membangun merek melalui strategi branding digital. Namun, kesenjangan literasi digital menjadi hambatan signifikan. Tanpa pemahaman strategi pemasaran digital, analisis interaksi pelanggan, atau pengelolaan konten media sosial, teknologi bisa jadi tidak memberikan nilai tambah yang maksimal bagi UMKM (Lestari & Choirunnisa, 2025).

Digitalisasi memungkinkan UMKM mengoptimalkan efisiensi operasional, memperluas penetrasi pasar, dan membangun merek melalui strategi branding digital.

Namun, kesenjangan literasi digital menjadi hambatan signifikan. Tanpa pemahaman strategi pemasaran digital, analisis interaksi pelanggan, atau pengelolaan konten media sosial, teknologi bisa jadi tidak memberikan nilai tambah yang maksimal bagi UMKM (Lestari & Choirunnisa, 2025). Secara keseluruhan, faktor eksternal membentuk "ekosistem pendukung" krusial yang memungkinkan UMKM berkembang dan naik kelas. Tetapi penting untuk ditekankan bahwa dukungan eksternal saja tidak cukup: kesiapan internal para pelaku usaha harus dibangun agar mereka benar-benar bisa memanfaatkan peluang tersebut.

Sinergi antara faktor eksternal dan internal misalnya antara program pemerintah dan kompetensi kewirausahaan, atau antara jejaring kemitraan dan kapasitas produksi menjadi fondasi kunci agar UMKM dapat tumbuh tidak hanya secara kuantitas tetapi juga kualitas, bertransformasi menjadi usaha yang lebih profesional dan berdaya saing di pasar lokal maupun nasional. Berdasarkan integrasi temuan faktor internal dan eksternal, diperlukan strategi pengembangan yang dapat mendorong UMKM untuk naik kelas secara

berkelanjutan. Adapun rekomendasi pengembangan UMKM yang relevan dengan temuan penelitian ini ditunjukkan pada diagram berikut:

Sintesis dan Integrasi Faktor Internal dan Eksternal

Hasil sintesis penelitian terdahulu menegaskan bahwa proses peningkatan kelas UMKM merupakan dinamika yang kompleks dan tidak pernah ditentukan oleh satu faktor tunggal. Sebaliknya, peningkatan kelas UMKM adalah hasil dari interaksi sinergis antara faktor internal dan eksternal, yang saling melengkapi dan menguatkan untuk membentuk ekosistem pertumbuhan yang berkelanjutan. Faktor internal memberikan basis kapabilitas dasar bagi UMKM, sedangkan faktor eksternal menyediakan ruang peluang serta dukungan sistemik bagi penguatan potensi internal. Perspektif ini sejalan dengan temuan dalam penelitian. UMKM di Kota Bogor, di mana faktor internal dan eksternal secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Yulianingsih, 2021).

Dari segi internal, UMKM membutuhkan kompetensi kewirausahaan, kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan, inovasi produk, literasi teknologi, dan karakter adaptif agar dapat bertahan sekaligus bersaing secara dinamis. Kapasitas internal tersebut berfungsi sebagai fondasi ketahanan dan fleksibilitas usaha. Namun, kapasitas ini tidak akan berkembang optimal tanpa dukungan dari faktor eksternal. Di sinilah peran eksternal menjadi sangat sentral. Dukungan eksternal seperti regulasi pemerintah, pelatihan dan pendampingan, akses pembiayaan, kemitraan usaha, kemajuan teknologi, serta kondisi ekonomi makro menciptakan lingkungan strategis yang memungkinkan UMKM mengembangkan kapabilitas internalnya (Ardiyanti & Kahfi, 2023).

Dalam hasil penelitian, integrasi faktor internal dan eksternal ini terlihat dengan jelas dalam capaian UMKM yang mampu memanfaatkan keduanya. Misalnya, UMKM yang memiliki kompetensi kewirausahaan tinggi lebih cepat menyerap manfaat dari program pelatihan pemerintah maupun pendampingan usaha. Disisi lain, pelaku UMKM dengan inovasi produk yang kuat dan manajemen keuangan yang terstruktur relatif lebih mudah mendapatkan pembiayaan formal, karena sudah memiliki dokumentasi keuangan yang dibutuhkan oleh lembaga keuangan. Hal ini mencerminkan bahwa kapasitas internal UMKM menjadi "jembatan" untuk menjangkau peluang eksternal, sedangkan dukungan eksternal mempercepat penguatan internal yang sudah ada.

Berdasarkan integrasi temuan penelitian terdahulu, peningkatan kelas UMKM merupakan hasil dari sinergi antara faktor internal dan eksternal yang saling memperkuat. UMKM dengan sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan adaptif mampu memanfaatkan pelatihan digital dan manajerial dari program pemerintah secara efektif. Mereka yang memiliki kesiapan internal seperti keinginan belajar dan kompetensi dasar dapat mengimplementasikan teknologi digital dan strategi pemasaran modern dengan lebih baik, menunjukkan bahwa efektivitas program eksternal sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal. Untuk memperjelas peran masing-masing faktor internal dan eksternal dalam

konteks UMKM, berikut disajikan matriks SWOT yang menunjukkan kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ditemukan:

Akses pembiayaan eksternal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau pembiayaan fintech juga hanya bisa dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM yang memiliki pengelolaan keuangan internal yang baik. Pelaku usaha yang mampu menyusun laporan keuangan sederhana, memisahkan modal usaha dan pribadi, serta menyusun proyeksi bisnis yang realistis memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan persetujuan dari lembaga keuangan. Sebaliknya, pelaku usaha yang hanya mengandalkan kekuatan internal tetapi tidak mendapatkan dukungan eksternal akan menghadapi kendala dalam ekspansi usaha maupun legalitas.

Jejaring kemitraan eksternal, seperti kerja sama dengan ritel besar, platform digital, dan komunitas bisnis, memberikan *multiplier effect* bagi pertumbuhan UMKM. Namun, kesiapan internal meliputi stabilitas produksi, jaminan mutu, serta kepatuhan terhadap standar menjadi prasyarat utama agar UMKM dapat masuk dan bertahan dalam jaringan tersebut. Interaksi antara kesiapan internal dan peluang eksternal menegaskan bahwa dukungan eksternal dan kapabilitas internal tidak dapat dipisahkan, melainkan harus diintegrasikan secara sinergis untuk menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Secara teoritis, hubungan timbal balik antara faktor internal dan eksternal ini dapat dijelaskan melalui teori kapabilitas dinamis (*dynamic capability*). Teori ini menyatakan bahwa organisasi (termasuk UMKM) mampu mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya internal dan eksternal dalam menghadapi perubahan lingkungan (Teece et al., 1997). Dalam konteks UMKM, kapabilitas dinamis memungkinkan pemilik usaha untuk "merasakan" peluang eksternal (*sensing*), mengeksplorasi peluang tersebut (*seizing*), dan menyesuaikan struktur internal (*reconfiguration*) agar tetap kompetitif (Soeparto, 2023).

Berdasarkan integrasi ini, strategi pengembangan UMKM sebaiknya dirancang secara holistik, tidak terpisah antara penguatan internal dan pembenahan ekosistem eksternal. Program-program pemerintah, misalnya, harus memperhatikan kesiapan internal UMKM agar pelatihan dan pendampingan dapat lebih efektif. Sementara itu, pelaku UMKM perlu secara aktif meningkatkan kompetensi dasar mereka agar dapat menyerap dan mengoptimalkan manfaat dari peluang eksternal. Dengan sinergi ini, UMKM memiliki potensi besar untuk menjadi lebih profesional, kompetitif, dan mampu memperluas jangkauan usaha hingga level regional maupun nasional.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Systematic Literature Review, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kelas UMKM dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang teridentifikasi secara konsisten dalam berbagai penelitian terdahulu. Faktor internal mencakup kapasitas kewirausahaan, inovasi, dan pengelolaan sumber daya, sedangkan faktor eksternal meliputi

dukungan kebijakan, akses pembiayaan, dan lingkungan usaha. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan terpadu dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM.

Di sisi lain, faktor eksternal berperan penting sebagai penggerak struktural yang memungkinkan UMKM mempercepat transformasinya menuju skala usaha yang lebih tinggi. Dukungan kebijakan pemerintah, akses pembiayaan, infrastruktur digital, serta jejaring kemitraan memberikan ruang bagi UMKM untuk mengembangkan kapasitas internalnya. Namun demikian, efektivitas faktor eksternal sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal pelaku usaha. Tanpa penguatan literasi keuangan, kompetensi manajerial, dan kemampuan adaptasi, peluang eksternal tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil naik kelas adalah UMKM yang mampu mensinergikan kedua faktor tersebut. Kapasitas internal yang baik memudahkan pelaku usaha dalam memanfaatkan pelatihan, program pendampingan, fasilitas pembiayaan, serta peluang pemasaran digital. Sebaliknya, dukungan eksternal yang berkelanjutan dan berkualitas mempercepat proses penguatan internal melalui transfer pengetahuan, peningkatan keterampilan, dan perluasan jaringan bisnis. Dengan demikian, proses naik kelas UMKM tidak bersifat linier, melainkan merupakan hasil integratif dari mekanisme internal-eksternal yang saling menguatkan.

Sinergi ini tercermin dari peningkatan kapasitas produksi, pertumbuhan omzet, perluasan pasar, diversifikasi produk, dan peningkatan profesionalitas usaha pada pelaku UMKM yang telah mampu merespons dinamika tersebut secara adaptif. Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan one-size-fits-all dalam pemberdayaan UMKM tidak lagi memadai. Strategi pengembangan harus mempertimbangkan variasi kesiapan internal pelaku usaha serta kondisi ekosistem lokal agar program intervensi menjadi lebih relevan, efektif, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa percepatan naik kelas UMKM memerlukan pendekatan holistik yang memadukan penguatan kapasitas internal pelaku usaha dengan pembenahan dan optimalisasi dukungan eksternal. Integrasi kedua aspek tersebut merupakan prasyarat utama bagi terwujudnya UMKM yang kompetitif, profesional, dan berdaya saing tinggi di tingkat lokal, regional, maupun nasional. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi formulasi kebijakan dan strategi pendampingan yang lebih tepat sasaran, sekaligus memberikan kontribusi bagi penguatan literatur mengenai pengembangan UMKM berbasis konteks lokal.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk mendorong UMKM agar lebih siap dan lebih cepat dalam proses naik kelas.

1. Pemerintah daerah diharapkan dapat memperkuat program pemberdayaan yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan UMKM di lapangan. Program pelatihan maupun pendampingan sebaiknya tidak berhenti pada kegiatan satu kali, tetapi dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Dengan demikian, pelaku UMKM

yang masih menghadapi kendala dalam manajemen, produksi, maupun digitalisasi dapat memperoleh dukungan yang lebih konkret dan mudah diakses.

2. Lembaga pendamping dan penyedia pelatihan perlu merancang materi yang lebih aplikatif dan relevan, terutama terkait pengelolaan keuangan sederhana, pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, dan penyusunan dokumen usaha. Pendampingan yang bersifat personal dan menyesuaikan karakteristik UMKM akan membantu pelaku usaha memahami dan mempraktikkan keterampilan baru secara lebih efektif.
3. Lembaga keuangan dapat berperan lebih besar dalam membuka akses pembiayaan yang inklusif, misalnya dengan memberikan bimbingan terkait penyusunan laporan keuangan atau kelayakan usaha sebelum proses pengajuan kredit. Edukasi pra-pembiayaan dapat menjadi jembatan penting bagi UMKM yang selama ini terkendala administrasi dan belum terbiasa dengan standar perbankan.
4. Pelaku UMKM sendiri perlu secara aktif meningkatkan kapasitas internal mereka, terutama dalam literasi keuangan, kemampuan beradaptasi dengan teknologi, serta keberanian untuk berinovasi. Mengikuti pelatihan, membangun jaringan, dan terus memperbarui strategi pemasaran adalah langkah-langkah sederhana yang dapat memberikan dampak besar terhadap perkembangan usaha.
5. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan pendekatan yang lebih luas, baik melalui metode campuran maupun studi komparatif antar wilayah.

Hal ini penting untuk memahami bagaimana perbedaan konteks lokal memengaruhi proses naik kelas UMKM dan bagaimana hasil penelitian dapat digunakan untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif. Secara keseluruhan, saran-saran ini diharapkan dapat membantu menciptakan pendekatan pemberdayaan UMKM yang lebih humanis, adaptif, dan benar-benar berangkat dari kebutuhan nyata pelaku usaha, sehingga proses naik kelas dapat berlangsung lebih terarah dan berkelanjutan.

Referensi

- Ab Rahman, S., Zainol, F. A., & Daud, W. N. W. (2020). Digital adoption among micro-entrepreneurs in emerging markets. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(5), 657-676.
- Abdullah, N. H., Wahab, E., & Shamsuddin, A. (2019). Barriers to innovation in SMES: Evidence from emerging markets. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 26(3), 475-490.
- Ahmad, N., & Brem, A. (2020). Digitalization and micro-enterprise competitiveness in developing countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120255.
- Ali, A., & Anwar, M. (2021). Entrepreneurial competencies and SMEs performance: The mediating role of innovation. *Journal of Small Business & Enterprise Development*, 28(4), 612-628.

- Ardiyanti, R., & Kahfi, A. (2023). Peran faktor eksternal dalam penguatan UMKM era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 101-115.
- Darwish, S., & Megahed, N. (2021). Fintech support and SME development in developing economies. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(2), 167-181.
- Feranita, F., Kot, S., & Karungaru, S. (2020). Entrepreneurial mindset and innovation capability of SMEs. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(12), 301.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). Siaran Pers: Pemerintah targetkan porsi kredit UMKM mencapai 30%. Jakarta: Kemenko Perekonomian.
- Khan, K., Zada, M., & Saeed, I. (2021). Financial literacy and SME sustainability: Evidence from developing economies. *Sustainability*, 13(4), 2054.
- Khin, S., & Ho, T. (2019). Technology and innovation as drivers of SME growth. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 210-217.
- Lestari, D., & Choirunnisa, R. (2025). Pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM di era transformasi digital. *Jurnal Transformasi Digital UMKM*, 7(1), 1-14.
- Nurul Husna. (2021). Analisis faktor eksternal terhadap perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(3), 45-56.
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the SME sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 100.
- Ramli, A., & Senin, A. (2021). Entrepreneurial orientation and SME performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(8), 2135-2152.
- Singh, S., & Teng, L. (2022). Innovation and competitive advantage among small enterprises. *International Journal of Innovation Science*, 14(2), 234-248.
- Soeparto, H. (2023). Kapabilitas dinamis dan perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Usaha Mikro*, 4(1), 55-68.
- Susanto, A., & Tarigan, Z. J. (2019). The influence of internal capability and digital readiness on SME competitiveness. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 28(20), 489-502.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Yuliangingsih, T. (2021). Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 22-33.
- Yuniarto, T. (2020). Digital marketing adoption and SME performance in Southeast Asia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(5), 1234-1253.