

Peran Sistem Informasi dalam Penguatan Bisnis Digital UMKM di Indonesia: Suatu *Systematic Literature Review*

Andi Kaltsum Tenriwali¹, Febri Ali², Fadli Akbar³, Zulfikar Nurdin⁴, Yunita Rustan⁵, Risna Yanti⁶

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Prodi Bisnis Digital, UMS Rappang, Sidrap, Indonesia.

Email: ¹andikaltsumtenriwali@gmail.com, ²febriali25771@gmail.com, ³fadliakb14@gmail.com, ⁴fikarkadidi@gmail.com, ⁵yunitarustan15@gmail.com, ⁶in44yaa@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: andikaltsumtenriwali@gmail.com

Diterima: 15 Januari 2026; Disetujui: 23 Februari 2026; Diterbitkan 25 Februari 2026

ABSTRAK – Perkembangan teknologi informasi telah menjadi pendorong utama akselerasi transformasi digital pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ini, sistem informasi dan berbagai platform digital berperan strategis dalam meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, serta daya saing usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis kontribusi sistem informasi, e-commerce, dan teknologi digital terhadap penguatan bisnis digital UMKM di Indonesia. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR), melalui proses identifikasi, seleksi, dan sintesis terhadap 15 artikel ilmiah terindeks dalam *Google Scholar*, *Crossref*, *SINTA*, *ScienceDirect*, *Semantic Scholar*, dan *OpenRead* dengan rentang publikasi 2018–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan efisiensi proses bisnis, akurasi pencatatan keuangan, dan ketepatan pengambilan keputusan. Penggunaan e-commerce terbukti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta mendorong pertumbuhan penjualan. Temuan juga menunjukkan bahwa platform digital mampu memperkuat interaksi pelanggan dan meningkatkan daya saing, sementara teknologi rekomendasi berbasis *collaborative filtering* membantu personalisasi layanan dan kepuasan pengguna. Selain itu, keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, kapasitas sumber daya manusia, dan dukungan lingkungan bisnis. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi sistem informasi merupakan elemen fundamental dalam memperkuat keberlanjutan, perkembangan, dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Kata kunci: *Sistem Informasi; UMKM; E-Commerce; Digitalisasi; Transformasi Digital.*

ABSTRACT – The development of information technology has accelerated digital transformation within the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, making information systems and digital platforms essential components for enhancing business competitiveness and effectiveness. This study aims to analyze the contribution of information systems, e-commerce, and digital technologies in strengthening digital business performance among MSMEs in Indonesia. The research employs a *Systematic Literature Review* (SLR) method through the identification, selection, and synthesis of 15 indexed scientific articles retrieved from *Google Scholar*, *Crossref*, *SINTA*, *ScienceDirect*, *Semantic Scholar*, and *OpenRead*, published between 2018 and 2025. The findings indicate that the adoption of Management Information Systems (MIS) and Accounting Information Systems (AIS) improves operational efficiency, financial reporting accuracy, and decision-making quality. E-commerce significantly contributes to market expansion, increased product visibility, and sales growth. Furthermore, digital platforms enhance customer interaction and build competitive advantage, while recommendation technologies using *collaborative filtering* support personalized services and improve user satisfaction. The study also reveals that the success of digital transformation is influenced by technological readiness, human resource competence, and environmental support. Overall, this review emphasizes that the integration of information systems is a strategic factor in strengthening the sustainability and growth of digital businesses among MSMEs in an increasingly competitive digital era.

Keywords: *Information Systems; MSMEs; E-Commerce; Digitalization; Digital Transformation.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang, termasuk sektor ekonomi nasional. Transformasi digital menjadi pendorong utama peningkatan efisiensi, efektivitas, dan inovasi bagi pelaku usaha, khususnya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi fondasi perekonomian Indonesia. Dalam konteks tersebut, sistem informasi dan pemanfaatan teknologi digital bukan hanya menjadi pilihan, namun telah menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif. [1] menegaskan bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) berperan penting dalam mendukung proses pengambilan keputusan, terutama bagi UMKM yang melakukan aktivitas bisnis melalui *Platform e-commerce*.

Kemajuan teknologi memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan berbagai media digital, seperti marketplace, situs web, maupun portal informasi. Penerapan digitalisasi secara terstruktur terbukti meningkatkan kemampuan pemasaran dan memperluas akses pasar. [2] menunjukkan bahwa pemanfaatan portal informasi dan *e-commerce* mampu memperkuat daya saing UMKM melalui peningkatan visibilitas produk serta efisiensi proses pemasaran. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian [3] yang menjelaskan bahwa *e-commerce* berkontribusi langsung terhadap peningkatan penjualan melalui perluasan jangkauan konsumen.

Selain aspek pemasaran, integrasi sistem informasi juga memberikan dampak signifikan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. [4] membuktikan bahwa penerapan *e-commerce* yang didukung sistem informasi akuntansi mampu

meningkatkan akurasi pencatatan dan kualitas laporan keuangan. Hasil yang sama dikemukakan oleh [5], bahwa penggunaan sistem akuntansi berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan transaksi, analisis keuangan, serta monitoring kinerja usaha secara keseluruhan.

Kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital merupakan faktor lain yang menentukan keberhasilan transformasi. [6] menilai bahwa tingkat literasi digital pelaku UMKM sangat memengaruhi efektivitas penggunaan aplikasi sistem informasi, seperti POS Digital System. UMKM yang memiliki pemahaman teknologi yang baik cenderung lebih cepat beradaptasi dalam memanfaatkan perangkat digital sebagai penunjang operasional. Namun bagi UMKM yang memiliki keterbatasan kemampuan digital, proses transformasi seringkali menemui kendala.

Pemanfaatan Platform digital sebagai strategi penguatan daya saing juga menjadi fokus penting dalam kajian terbaru. [7] menemukan bahwa Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan inovasi yang mampu meningkatkan hubungan pelanggan. Melalui pendekatan netnografi, penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas digital mampu menciptakan hubungan lebih dekat antara pelaku usaha dan pelanggan, sehingga berdampak pada peningkatan loyalitas.

Di samping itu, digitalisasi bisnis telah memberikan kontribusi terhadap perluasan akses pembiayaan dan inklusi keuangan. [8] menjelaskan bahwa digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan layanan keuangan digital dan *e-commerce* sebagai sarana untuk memperluas pasar. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya relevan dalam konteks pemasaran, tetapi juga mendorong peningkatan kapasitas usaha secara lebih menyeluruh.

Integrasi sistem informasi yang lebih canggih, seperti sistem rekomendasi berbasis *collaborative filtering*, juga membawa dampak baru dalam pengembangan *e-commerce* UMKM. [9] menunjukkan bahwa sistem rekomendasi mampu memberikan rekomendasi produk secara personal, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membantu UMKM memaksimalkan penjualan berbasis data. Penerapan teknologi ini menunjukkan bahwa UMKM dapat mengambil manfaat besar dari penerapan analitik dalam aktivitas digital.

Transformasi bisnis dari model *offline* menuju *online* juga menjadi tren yang semakin terlihat dalam beberapa tahun terakhir. [10] menemukan bahwa inovasi digital melalui *e-commerce* membantu UMKM mentransformasikan model bisnis mereka secara lebih efektif, terutama dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen. Penelitian tersebut menunjukkan bagaimana teknologi mendorong perubahan operasional, pemasaran, dan layanan secara lebih cepat dan terukur.

Meskipun memberikan banyak dampak positif, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam proses digitalisasi. [11] menyebutkan bahwa rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, kurangnya pemahaman teknologi, dan minimnya pendampingan menjadi hambatan utama dalam proses digitalisasi UMKM. Tantangan ini menunjukkan bahwa teknologi harus didukung oleh peningkatan kualitas sumber daya manusia agar dapat diimplementasikan secara optimal.

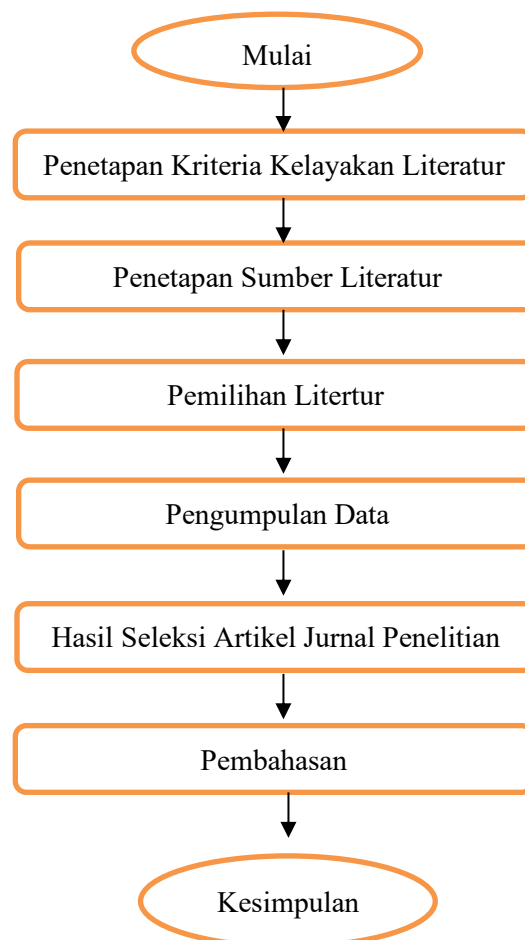
Selain kontribusi terhadap operasional dan pemasaran, integrasi teknologi informasi juga mempunyai peran strategis dalam mewujudkan keberlanjutan model bisnis. [12] menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berpengaruh dalam menciptakan inovasi usaha yang berkelanjutan serta meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi bukan hanya mendukung aktivitas bisnis harian, tetapi juga menjadi landasan penting untuk keberlanjutan usaha.

Melihat banyaknya penelitian yang membahas digitalisasi UMKM dari sudut pandang pemasaran, keuangan, inovasi, hingga keberlanjutan, terlihat bahwa kajian mengenai peran sistem informasi masih tersebar dan belum terintegrasi secara menyeluruh. [13] menegaskan bahwa peran *e-commerce* dalam transformasi digital UMKM masih membutuhkan analisis lebih mendalam untuk memahami bagaimana sistem informasi berkontribusi terhadap perubahan struktural bisnis.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berupaya menyusun kajian yang lebih komprehensif mengenai peran sistem informasi dalam meningkatkan bisnis digital UMKM melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Pendekatan ini dilakukan dengan menerapkan kriteria seleksi yang ketat terhadap artikel terindeks dari Google Scholar, Crossref, SINTA, ScienceDirect, Semantic Scholar, serta Publish or Perish dalam rentang empat tahun terakhir (2021–2025). Dari proses penelusuran, dipilih 15 artikel yang paling relevan dengan fokus kajian sistem informasi, *e-commerce*, teknologi digital, dan kinerja UMKM. Melalui metode SLR ini, penelitian diharapkan dapat memberikan sintesis pengetahuan yang lebih mendalam, memperlihatkan tren penelitian, serta menawarkan arah pengembangan yang relevan bagi penguatan bisnis digital UMKM di era transformasi digital.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) sebagai pendekatan utama untuk menganalisis dan mensintesis berbagai temuan ilmiah mengenai peran sistem informasi dalam penguatan bisnis digital UMKM di Indonesia. SLR dipilih karena mampu memberikan pemetaan pengetahuan secara komprehensif, objektif, dan terstruktur melalui tahapan identifikasi, seleksi, evaluasi, dan sintesis terhadap artikel yang relevan [14]. Metode ini memungkinkan peneliti menginterpretasikan tren, pola, serta kontribusi sistem informasi dalam konteks digitalisasi UMKM berdasarkan bukti empiris yang telah dipublikasikan dalam delapan tahun terakhir. Berikut tahapan penelitian *Systematic literature review* (SLR) :



Gambar 1. Alur Penelitian

a. Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif berbasis kajian sistematis, yang bertujuan meninjau dan menganalisis literatur secara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai bagaimana sistem informasi mendukung proses digitalisasi, peningkatan pemasaran, efisiensi operasional, dan pengambilan keputusan UMKM. Menurut [15], SLR merupakan metode yang efektif untuk merangkum hasil penelitian terdahulu sehingga dapat menghasilkan sintesis ilmiah yang valid dan berorientasi pada pengembangan pengetahuan.

Pendekatan ini mengikuti prinsip umum SLR yang terdiri atas:

- 1) Identifikasi studi,
- 2) Seleksi berdasarkan kriteria inklusi–eksklusi,
- 3) Penilaian kualitas sumber, dan
- 4) Sintesis tematik terhadap temuan penelitian.

b. Analisis Data

i. Penetapan kriteria kelayakan literatur

Dalam penelitian ini, penetapan kelayakan literatur dilakukan dengan menggunakan *Inclusion Criteria* (IC) yang bertujuan memastikan bahwa hanya artikel yang relevan dengan tujuan, ruang lingkup, serta fokus penelitian yang dimasukkan pada proses analisis. Penerapan IC sangat penting untuk menjaga kualitas, validitas, dan akuntabilitas ilmiah dari hasil kajian literatur, sebagaimana direkomendasikan oleh [16] dan [14] dalam penelitian SLR pada bidang sistem informasi.

Adapun kriteria kelayakan literatur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. IC1: Artikel merupakan hasil penelitian ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional, atau prosiding ilmiah yang mempunyai kualitas akademik yang dapat diverifikasi. Artikel yang hanya berupa opini, berita, atau tidak berbasis metodologi penelitian tidak dimasukkan.
2. IC2: Artikel diterbitkan dalam rentang delapan tahun terakhir, yaitu tahun 2018–2025, untuk memastikan bahwa hasil analisis mencerminkan perkembangan terbaru dalam sistem informasi dan digitalisasi UMKM [17][18].
3. IC3: Artikel dipublikasikan dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dan tersedia dalam bentuk *full text* agar dapat dianalisis secara menyeluruh.
4. IC4: Artikel berfokus pada topik yang sesuai dengan penelitian, yaitu:
 - Sistem informasi pada UMKM,
 - Digitalisasi UMKM,
 - Pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM,
 - Teknologi informasi untuk penguatan bisnis digital,
 - Transformasi digital dan proses bisnis UMKM,
 - Penggunaan aplikasi digital, *Platform* digital, atau sistem berbasis TI dalam konteks UMKM.
5. IC5: Artikel memiliki struktur ilmiah yang jelas, mencakup tujuan penelitian, metode, hasil, dan kesimpulan, sehingga dapat mendukung proses ekstraksi dan sintesis temuan secara sistematis [15].

Penetapan kriteria tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa literatur yang dianalisis tidak hanya relevan dengan fokus penelitian, tetapi juga memiliki kualitas ilmiah yang memadai dan dapat mendukung penyusunan sintesis pengetahuan yang akurat mengenai peran sistem informasi dalam penguatan bisnis digital UMKM.

ii. Penetapan Sumber literatur

Penelusuran literatur dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai basis data ilmiah yang kredibel untuk memastikan bahwa artikel yang digunakan memiliki kualitas akademik yang terverifikasi. Sumber literatur diperoleh melalui aplikasi *Publish or Perish* dengan mengakses beberapa database, yaitu *Google Scholar*, *Crossref*, *SINTA*, *ScienceDirect*, *Semantic Scholar*, dan *OpenRead*. Pemilihan *Platform* ini didasarkan pada kelengkapan indeksasi, ketersediaan metadata penelitian, serta relevansinya terhadap topik sistem informasi dan digitalisasi UMKM.

Setiap artikel yang ditemukan dievaluasi berdasarkan kejelasan informasi bibliografis, kesesuaian tema dengan fokus penelitian, serta ketersediaan dokumen lengkap (*full text*) agar analisis dapat dilakukan secara mendalam. Sumber-sumber tersebut juga dipilih karena menyediakan publikasi terbaru dan terakreditasi, yang mendukung kualitas kajian secara ilmiah.

Meskipun demikian, proses pengumpulan literatur tetap memiliki keterbatasan. Beberapa artikel yang ditemukan tidak dapat diakses secara penuh akibat adanya pembatasan akses berbayar (*paywall*) pada *Platform* tertentu. Oleh karena itu, analisis hanya dilakukan pada artikel yang tersedia dalam bentuk *full text* dan memenuhi kriteria kelayakan penelitian.

iii. Pemilihan Literatur

Tahap pemilihan literatur dilakukan setelah proses penelusuran awal menghasilkan kumpulan artikel dari berbagai database. Pada tahap ini, seluruh artikel yang ditemukan diseleksi secara sistematis untuk memastikan bahwa hanya literatur yang benar-benar relevan, memenuhi kriteria kelayakan (*Inclusion Criteria*), dan dapat mendukung tujuan penelitian. Proses pemilihan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu:

1. Pertama, penyaringan judul dan kata kunci, yaitu memeriksa kesesuaian artikel dengan fokus penelitian terkait sistem informasi, digitalisasi UMKM, pemanfaatan teknologi digital, serta penggunaan *Platform e-commerce* dalam mendukung bisnis UMKM. Artikel yang tidak menunjukkan relevansi tematik langsung dikeluarkan pada tahap ini.
2. Tahap kedua adalah peninjauan abstrak, dimana peneliti membaca dan menilai ringkasan artikel untuk melihat

kesesuaian ruang lingkup, metode penelitian, objek kajian, serta kontribusi terhadap topik digitalisasi UMKM. Artikel dengan abstrak yang tidak menjelaskan metodologi atau tidak berhubungan dengan sistem informasi disingkirkan.

3. Tahap ketiga adalah evaluasi dokumen lengkap (*full text*). Pada tahap ini, peneliti menelaah isi artikel secara keseluruhan, termasuk metodologi, temuan penelitian, serta implikasi hasil studi. Artikel yang tidak memenuhi persyaratan kualitas ilmiah, tidak memiliki struktur penelitian yang jelas, atau tidak menyediakan informasi yang relevan dengan fokus SLR dikeluarkan dari analisis lebih lanjut.

Melalui proses seleksi bertahap ini, peneliti memastikan bahwa literatur yang dianalisis benar-benar memiliki kredibilitas ilmiah, relevan terhadap penguatan bisnis digital UMKM, serta mendukung penyusunan sintesis temuan secara komprehensif dan akuntabel. Proses pemilihan ini juga mengikuti praktik terbaik dalam penelitian SLR sebagaimana direkomendasikan oleh kajian metodologis terkini.

iv. Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan aplikasi *Publish or Perish*, yang terhubung dengan beberapa *database* ilmiah seperti *Google Scholar*, *Crossref*, *SINTA*, *ScienceDirect*, *Semantic Scholar*, dan *OpenRead*. Proses pencarian dilakukan dengan memanfaatkan kata kunci yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu: “sistem informasi UMKM”, “digitalisasi UMKM”, “*e-commerce* UMKM”, “transformasi digital”, “UMKM digital”, “*information Systems*”, dan “*business digitalization*”. Penggunaan kata kunci tersebut bertujuan untuk memperoleh literatur yang sesuai dengan topik peran sistem informasi dalam penguatan bisnis digital UMKM.

Berdasarkan proses pencarian awal tersebut, diperoleh 100 artikel yang bersumber dari berbagai *database* melalui *Publish or Perish*. Artikel-artikel tersebut kemudian direkap berdasarkan tahun publikasi untuk melihat perkembangan penelitian pada tema digitalisasi UMKM dalam beberapa tahun terakhir. Adapun rincian artikel berdasarkan tahun terbit yaitu: 2 artikel pada tahun 2018, 3 artikel pada tahun 2019, 5 artikel pada tahun 2020, 10 artikel pada tahun 2021, 20 artikel pada tahun 2022, 25 artikel pada tahun 2023, 25 artikel pada tahun 2024, dan 10 artikel pada tahun 2025.

Rincian tersebut menunjukkan bahwa jumlah penelitian terkait digitalisasi UMKM terus meningkat, terutama pada periode 2022–2024, seiring dengan semakin intensifnya pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan bisnis UMKM.

v. Hasil Seleksi jurnal Penelitian

Dari total 100 artikel yang diperoleh pada tahap awal, hanya 15 artikel yang dinyatakan memenuhi kriteria penelitian setelah melalui proses seleksi bertahap meliputi penyaringan judul, peninjauan abstrak, dan evaluasi *full text*. Artikel terpilih merupakan publikasi yang relevan dengan tema digitalisasi UMKM serta penggunaan sistem informasi dalam penguatan bisnis.

Tabel 1. Hasil Seleksi Jurnal Penelitian

Tahun Penerbitan	Kandidat	Terpilih
2018	2	0
2019	3	0
2020	5	1
2021	10	1
2022	20	4
2023	25	3
2024	25	4
2025	10	2
Total	100	15

Sumber : Hasil Olah Data

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis terhadap lima belas artikel yang terpilih menunjukkan bahwa digitalisasi melalui pemanfaatan sistem informasi, *e-commerce*, dan *Platform* digital memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia. Secara umum, tema besar yang muncul dari seluruh literatur adalah: peningkatan efisiensi proses bisnis, penguatan strategi pemasaran, optimalisasi pengambilan keputusan, serta percepatan transformasi digital UMKM.

Dalam penelitian [9], integrasi sistem informasi rekomendasi berbasis *collaborative filtering* terbukti mampu meningkatkan efektivitas penjualan UMKM melalui *Platform e-commerce*. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi data *analytics* berperan penting dalam meningkatkan relevansi produk dan pengalaman belanja pelanggan. Pendekatan serupa juga direkomendasikan dalam penelitian internasional mengenai personalisasi *e-commerce* [19].

Selanjutnya, penelitian [2] menegaskan bahwa penggunaan *e-commerce* dan portal informasi mampu memperluas jangkauan pemasaran UMKM secara signifikan. Digitalisasi di bidang pemasaran tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membantu UMKM beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan digital. Hal ini konsisten dengan temuan [8], yang menyatakan bahwa digitalisasi bisnis dan inklusi keuangan mampu mempercepat kinerja UMKM yang memanfaatkan teknologi pembayaran digital serta *Platform* perdagangan daring.

Sementara itu, penelitian [10] menyoroti pentingnya sistem informasi manajemen dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Penerapan sistem informasi tidak hanya mendukung pencatatan bisnis yang lebih akurat, tetapi juga membantu pelaku UMKM mengambil keputusan berdasarkan data. Penelitian ini sejalan dengan [5], yang menemukan bahwa *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi berpengaruh langsung terhadap peningkatan kinerja UMKM di berbagai sektor usaha.

Dari sisi kesiapan digital, [6] menunjukkan bahwa tidak semua UMKM berada pada level kesiapan transformasi digital yang sama. Melalui pendekatan *I-ToE Framework*, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan sangat menentukan keberhasilan digitalisasi UMKM. Temuan ini memperkuat studi [11] yang mengidentifikasi tantangan kapasitas SDM, akses teknologi, dan kesiapan infrastruktur sebagai faktor penghambat utama.

Penelitian [4] menambahkan bahwa *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi secara simultan meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Sistem informasi akuntansi membantu meminimalkan kesalahan pencatatan, sedangkan *e-commerce* membuka peluang pasar yang lebih luas. Dampak yang sama juga terlihat dalam penelitian [20] pada sektor industri kecil.

Berbeda dengan penelitian lain yang berfokus pada aspek teknologi, [7] menggunakan pendekatan netnografi untuk menilai bagaimana *Platform* digital memengaruhi daya saing UMKM. Studi tersebut menyimpulkan bahwa *Platform* digital dapat meningkatkan interaksi pelanggan, memperkuat citra merek, dan memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan konten digital dan komunitas daring.

Perubahan pola bisnis dari *offline* ke *online* dibahas secara lebih spesifik oleh [18] dalam konteks UMKM Desa Karangasem. Digitalisasi melalui *e-commerce* terbukti memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk bagi konsumen, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Studi ini menekankan bahwa transformasi digital bukan hanya kebutuhan strategi, tetapi menjadi syarat keberlanjutan usaha.

Penelitian [3] menyoroti bagaimana *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan UMKM secara langsung. Kemudahan transaksi, kecepatan layanan, dan efektivitas media pemasaran digital menjadi faktor yang mendorong peningkatan performa penjualan. Hal ini diperkuat oleh kajian literatur [13] yang menegaskan bahwa peran *e-commerce* tidak hanya meningkatkan transaksi, tetapi juga mempercepat transformasi digital UMKM secara menyeluruh.

Penelitian [12] menitikberatkan pada integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam model bisnis UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TIK secara konsisten meningkatkan inovasi, keberlanjutan, dan daya saing UMKM di pasar digital. Studi ini relevan dengan pandangan global mengenai teknologi sebagai penggerak utama inovasi UMKM [21].

Terakhir, penelitian [1] menjelaskan bahwa sistem informasi manajemen memiliki peran penting dalam mendukung pengambilan keputusan UMKM berbasis *e-commerce*. Sistem informasi yang terstruktur memungkinkan pengusaha memonitor penjualan, mengevaluasi performa produk, dan merancang strategi berdasarkan data yang akurat. Hasil olah data terkait artikel-artikel yang memenuhi syarat penelitian ini, terdapat 15 artikel sebagai berikut :

Tabel 2. *Systematic Literature Review [SLR]*

No	Judul Artikel	Tahun	Metode	Hasil Utama
1	Penerapan digitalisasi UMKM melalui <i>e-commerce</i> dan portal informasi sebagai strategi pemasaran produk [2]	2023	Deskriptif	Digitalisasi melalui <i>e-commerce</i> memperluas jangkauan pemasaran serta membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk.
2	Penggunaan <i>e-commerce</i> , sistem informasi akuntansi, budaya organisasi, dan kinerja UMKM [5]	2023	Kuantitatif	<i>E-commerce</i> dan SIA berpengaruh signifikan dalam peningkatan kinerja UMKM melalui pencatatan yang lebih akurat dan pemasaran digital.
3	Pengaruh <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM sektor industri ([20]	2023	Kuantitatif	<i>E-commerce</i> dan SIA meningkatkan kinerja usaha industri kecil melalui efisiensi proses dan pencatatan keuangan yang lebih baik.
4	Peran dan tantangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam era digital di Indonesia ([11]	2023	Deskriptif	Tantangan utama UMKM: keterbatasan SDM digital, akses teknologi, dan kesiapan infrastruktur digital.
5	Digitalisasi bisnis dan inklusi keuangan sebagai upaya mendorong kinerja UMKM melalui <i>e-commerce</i> di era digital ([8]	2024	Kuantitatif	<i>E-commerce</i> dan inklusi keuangan digital mempercepat transaksi dan peningkatan kinerja UMKM.
6	Analisis kesiapan transformasi digital UMKM dalam penggunaan aplikasi Pos Digital <i>System</i> dengan metode I-Toe <i>framework</i> [6]	2024	I-ToE <i>Framework</i>	Keberhasilan transformasi digital dipengaruhi oleh aspek teknologi, organisasi, dan lingkungan.
7	Pemanfaatan <i>Platform</i> digital pada UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha: Pendekatan netnografi [7]	2024	Netnografi	<i>Platform</i> digital meningkatkan daya saing UMKM melalui interaksi pelanggan dan penguatan citra merek.
8	Peran sistem informasi manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis UMKM berbasis <i>e-commerce</i> [1]	2024	Deskriptif	SIM meningkatkan kemampuan UMKM memantau penjualan, mengevaluasi produk, dan mengambil keputusan berbasis data.
9	Pengaruh <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja keuangan UMKM di Desa Sidokepung [4]	2023	Kuantitatif	<i>E-commerce</i> & SIA meningkatkan kinerja keuangan melalui pencatatan akurat dan perluasan pasar digital.
10	Implementasi <i>e-commerce</i>	2025	Collaborative Filtering	Sistem rekomendasi meningkatkan personalisasi dan efektivitas penjualan UMKM.

	dengan sistem informasi rekomendasi menggunakan metode collaborative filtering untuk pengembangan penjualan pada UMKM [9]			
11	Optimalisasi pemanfaatan sistem informasi manajemen oleh UMKM di tengah transformasi digital [10]	2025	Deskriptif	Sistem Informasi Manajemen meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengambilan keputusan.
12	<i>From offline to online:</i> Transformasi inovasi bisnis UMKM Desa Karangasem dengan <i>e-commerce</i> di era digital [18]	2025	Deskriptif	Transformasi digital memungkinkan UMKM memperluas pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha.
13	Analisis penggunaan <i>e-commerce</i> dalam meningkatkan penjualan UMKM di era digital [3]	2025	Studi Kasus	<i>E-commerce</i> meningkatkan penjualan melalui kemudahan proses transaksi serta pemasaran digital.
14	Peran <i>e-commerce</i> dalam transformasi digital UMKM Indonesia: Sebuah kajian literatur [13]	2025	Literatur Review	<i>E-commerce</i> mempercepat transformasi digital dan mendukung integrasi UMKM ke pasar <i>online</i> .
15	Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam model bisnis UMKM: Kajian literatur tentang inovasi dan keberlanjutan [12]	2025	Literatur Review	Integrasi TIK meningkatkan inovasi, keberlanjutan, dan daya saing UMKM dalam ekosistem digital.

Sumber : Hasil Olah Data 2025

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 2, pendekatan metodologis yang digunakan dalam lima belas artikel menunjukkan variasi yang cukup luas sesuai dengan karakteristik dan tujuan masing-masing penelitian. Sebagian besar artikel menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif, yang mendominasi karena kedua pendekatan ini dianggap paling tepat untuk menggambarkan kondisi digitalisasi UMKM serta menganalisis hubungan antara penggunaan teknologi dengan peningkatan kinerja usaha.

Metode deskriptif muncul paling banyak, digunakan dalam enam penelitian, terutama untuk menjelaskan fenomena digitalisasi UMKM, pemanfaatan sistem informasi, dan transformasi bisnis dari *offline* ke *online*. Sementara itu, metode kuantitatif digunakan pada lima penelitian, umumnya untuk menguji pengaruh *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM melalui analisis statistik.

Beberapa penelitian lainnya menggunakan metode yang lebih spesifik sesuai konteks kajiannya. Metode netnografi digunakan untuk memahami perilaku konsumen dan dinamika interaksi digital dalam *Platform online*. Metode *I-ToE Framework* digunakan untuk mengukur kesiapan digital UMKM berdasarkan faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan. Sementara itu, penelitian yang mengembangkan sistem rekomendasi menggunakan *Collaborative Filtering* sebagai pendekatan teknis untuk meningkatkan personalisasi layanan *e-commerce*.

Selain itu, terdapat penelitian yang menggunakan studi kasus dan *literature review*, yang memberi gambaran mendalam mengenai implementasi digitalisasi serta perkembangan inovasi UMKM secara umum. Variasi metodologi ini menunjukkan bahwa kajian mengenai digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada satu pendekatan, tetapi menyesuaikan dengan fokus, tujuan, dan objek penelitian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap lima belas artikel terpilih, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi melalui pemanfaatan sistem informasi, *e-commerce*, serta *Platform* digital memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di Indonesia. Sistem Informasi Manajemen dan Sistem Informasi Akuntansi terbukti membantu meningkatkan efisiensi operasional, ketepatan pencatatan, serta kualitas pengambilan keputusan pelaku UMKM. Selain itu, penggunaan *e-commerce* secara konsisten memperluas jangkauan pemasaran, mendorong peningkatan penjualan, dan memperkuat interaksi dengan konsumen. Penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, kompetensi SDM, dan dukungan lingkungan usaha. Integrasi teknologi informasi dan komunikasi semakin memperkuat inovasi serta keberlanjutan usaha, sehingga digitalisasi tidak hanya menjadi kebutuhan adaptif, tetapi juga menjadi faktor utama pendukung pertumbuhan UMKM di era ekonomi digital. Secara keseluruhan, seluruh literatur menyepakati bahwa optimalisasi sistem informasi dan adopsi *Platform* digital merupakan kunci penting untuk memperkuat proses bisnis, meningkatkan efisiensi, dan memastikan keberlanjutan UMKM dalam persaingan digital yang semakin ketat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik sebagai bagian dari pemenuhan tugas pada program studi kami. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muh. Wildan Mauludy, S.Pd., M.Pd., S.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan naskah ini. Penghargaan juga kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung kelancaran penyusunan karya ilmiah ini. Kami menyadari bahwa jurnal ini masih memiliki keterbatasan; oleh karena itu, kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan dalam bidang kajian yang kami kaji.

REFERENCES

- [1] & A. Sabban, Novita Dwi Maharani, Yasrib Putranto Sabban, "Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan Bisnis UMKM Berbasis E-Commerce.," *Co-Value J. Ekon. Kop. Kewirausahaan.*, vol. 15, no. 1, 2024, [Online]. Available: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/covalue/article/view/4410>
- [2] Muhardono Ari, D. Amalia Mahmudah, M. Baqo, and F. E. P. D. U. melalui E.-C. dan P. I. sebagai S. P. P. Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan, "Penerapan Digitalisasi UMKM melalui E-Commerce dan Portal Informasi sebagai Strategi Pemasaran Produk," *Entrep. Penerapan Digit. UMKM melalui E-Commerce dan Portal Inf. sebagai Strateg. Pemasar. Prod.*, vol. 4, 2023, [Online]. Available: <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- [3] Sariyani & Muhammad Irwan Padli Nasution, "Analisis Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Digital.," vol. 2, no. 1, pp. 68–75, 2025.
- [4] N. J. S. Mangiri and L. Sasabone, "Pengaruh E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Desa Sidokepong.," *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 7, no. 2, pp. 1346–1352, 2023.
- [5] D. A. S. L. Dewi and I. G. A. E. Damayanthi, "Penggunaan E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Budaya Organisasi, dan Kinerja UMKM," *E-Jurnal Akunt.*, vol. 33, no. 7, pp. 1755–1767, 2023, doi: 10.24843/eja.2023.v33.i07.p05.
- [6] Yashinta Putri Dwi Astuti, "Analisis Kesiapan Transformasi Digital UMKM dalam Penggunaan Aplikasi Pos Digital System dengan Metode I-Toe Framework," *J. Ekon. Manaj. Akunt.*, vol. 30, no. 1, pp. 175–184, 2024, doi: 10.59725/ema.v30i1.195.
- [7] Liya Setiawati, Edwin Karim, and Wiwit Pawitri, "Pemanfaatan Platform Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha : Pendekatan Netnografi," *J. Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 3, pp. 217–226, 2024, doi: 10.55606/jaemb.v4i3.7964.
- [8] Uum Helmina Chaerunisak, Sri Ayem, Septiana Wahyu Prasetyaningtyas, Riska Widya Afrianingrum, and Naresha Hanun, "Digitalisasi Bisnis Dan Inklusi Keuangan Sebagai Upaya Mendorong Kinerja Umkm Melalui E-Commerce Di Era Digital.," *Ekon. Jurnal Ilm. Manajemen, Ekon. Bisnis, Kewirausahaan*, vol. 11, no. 2, pp. 843–858, 2024, doi: 10.30640/ekonomika45.v11i2.2591.
- [9] M. Khusnah, R. Gernowo, and B. Surarso, "Implementasi E-Commerce dengan Sistem Informasi Rekomendasi menggunakan Metode Collaborative Filtering untuk Pengembangan Penjualan pada UMKM," *J. Sist. Inf. Bisnis*, vol. 15, no. 1, pp. 134–141, 2025, doi: 10.14710/vol15iss1pp134-141.
- [10] Putri F. S., "Optimalisasi Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen oleh UMKM di Tengah Transformasi Digital," *Bridg. J. Publ. Sist. Inf. dan Telekomun.*, vol. 3, no. 3, pp. 123–130, 2025, doi: 10.62951/bridge.v3i3.572.
- [11] E. S. Adiasita Dwi Septiani, Resti Eka Wahyuni, Miranda Nurhafitsyah, Putri Kurniawati, "Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Era Digital di Indonesia," *Indones. J. Econ. Manag. Account.*, vol. 1, no. 10, pp. 1107–1118, 2023.

- [12] J. D. S. Amory, R. J, and M. R. Hayadin, "Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Model Bisnis UMKM: Kajian Literatur tentang Inovasi dan Keberlanjutan," *J. Minfo Polgan*, vol. 13, no. 2, pp. 2455–2462, 2025, doi: 10.33395/jmp.v13i2.14519.
- [13] Selly Silviawati, Eka Satria Wibawa, Nindi Anggi Wardani, Sri Wahyuning, and Ita Noviana, "Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Literatur," *J. Ris. Manaj. Dan Ekon.*, vol. 3, no. 4, pp. 159–175, 2025, doi: 10.54066/jrime.v3i4.3551.
- [14] M. R. Z. Abidin, "Systematic Literature Review: Metode Perancangan UI/UX pada Toko Online.," *Jumistic J. Manaj. Inform. Sist. Informasi, dan Teknol. Komput.*, vol. 3, no. 2, pp. 224–237., 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.70247/jumistik/v3i2.101>
- [15] W. Sufandi, U., Triharningsari, D., & Mellysa, "Peluang Penelitian UI/UX pada Pengembangan Aplikasi Mobile: Systematic Literature Review.," *Techno.Com*, vol. 21, no. 3, pp. 411–433., 2022.
- [16] M. A. Lestari, Y., Istiani, A., Farhanah, N. D., & Yaqin, "Survei Metrik Kompleksitas User Interface Menggunakan Systematic Literature Review.," *Ilkomnika*, vol. 4, no. 2, pp. 146–161., 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.28926/ilkomnika.v4i2.463>
- [17] R. Lestari, S., & Putra, "Pengaruh harga terhadap minat beli dan peningkatan penjualan.," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 120–129., 2022.
- [18] Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri, "From Offline to Online : Transformasi Inovasi Bisnis UMKM Desa Karangasem dengan E-commerce di Era Digital," *J. Publ. Sist. Inf. dan Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 199–213, 2025, doi: 10.55606/jupsim.v4i2.4075.
- [19] H. Zhang, "Personalized recommendation strategies in modern e-commerce platforms: Enhancing user experience through data-driven design.," *J. Digit. Bus. Innov.*, vol. 8, no. 2, pp. 101–115., 2023.
- [20] Ulyasari Ramadhna O, Agustina Duwi, Wardhani Susi R, and Ilhamsyah Waga A, "Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri," *J. Ilm. Glob. Educ.*, vol. 1, no. 1, pp. 799–808, 2023.
- [21] S. Y. Lee, "ICT-driven innovation and competitiveness in small and medium enterprises: A global perspective.," *Int. J. Inf. Syst. Technol.*, vol. 14, no. 4, pp. 299–312., 2022.