

## PERAN INOVASI MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DI ERA INDUSTRI

Nanda Fadilah Putra<sup>1</sup>, Agri Bangun<sup>2</sup>, Sufian Hamim<sup>3</sup>  
[nandafadilahputra@student.uir.ac.id](mailto:nandafadilahputra@student.uir.ac.id)<sup>1</sup>, [agribangun@student.uir.ac.id](mailto:agribangun@student.uir.ac.id)<sup>2</sup>,  
[sufianhamim@soc.uir.ac.id](mailto:sufianhamim@soc.uir.ac.id)<sup>3</sup>  
Universitas Islam Riau

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam struktur ekonomi Indonesia karena kemampuannya menyerap tenaga kerja secara besar-besaran, menopang distribusi pendapatan, serta menjaga keberlangsungan aktivitas ekonomi di tingkat lokal dan nasional. Namun, perubahan lanskap bisnis pada era industri yang semakin terdigitalisasi, dinamis, dan kompetitif menuntut UMKM meninggalkan pola pengelolaan tradisional. Inovasi manajemen menjadi elemen strategis yang menentukan kemampuan UMKM bertahan, beradaptasi, dan unggul di pasar. Artikel ini menganalisis peran inovasi manajemen dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di era industri, dengan menyoroti keterkaitannya terhadap efisiensi operasional, diferensiasi nilai, digitalisasi, dan kemampuan adaptasi organisasi. Penelitian menggunakan pendekatan studi pustaka kualitatif berbasis analisis tematik terhadap jurnal ilmiah, laporan resmi, dan kajian akademik terbaru periode 2020–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi manajemen berkontribusi pada penguatan daya saing melalui perbaikan proses internal, peningkatan respons pasar, penguatan hubungan pelanggan, dan optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Di sisi lain, implementasinya masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, lemahnya tata kelola, dan belum meratanya dukungan ekosistem. Inovasi manajemen bukan sekadar pelengkap operasional, melainkan fondasi penting bagi pembentukan keunggulan kompetitif UMKM yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Inovasi Manajemen, Keunggulan Kompetitif, UMKM, Digitalisasi, Daya Saing Usaha.

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economic structure due to their ability to absorb large amounts of labor, support income distribution, and maintain economic activity at local and national levels. However, changes in the business landscape in an increasingly digitalized, dynamic, and competitive industrial era require MSMEs to abandon traditional management patterns. Management innovation becomes a strategic element determining MSMEs' ability to survive, adapt, and excel in the market. This article analyzes the role of management innovation in enhancing MSME competitive advantage in the industrial era, highlighting its connection to operational efficiency, value differentiation, digitalization, and organizational adaptability. The research uses a qualitative literature study approach based on thematic analysis of scientific journals, official reports, and recent academic studies from 2020–2025. Findings show that management innovation contributes to strengthening competitiveness through internal process improvement, increased market responsiveness, enhanced customer relationships, and optimal utilization of digital technology. On the other hand, its implementation still faces constraints including limited capital, low digital literacy, weak governance, and uneven ecosystem support. Management innovation is not merely an operational supplement but an important foundation for building sustainable MSME competitive advantage*

**Keywords:** Management Innovation, Competitive Advantage, Msmes, Digitalization, Business Competitiveness.

### PENDAHULUAN

UMKM selama ini dianggap sebagai penyangga utama perekonomian Indonesia karena jumlahnya yang sangat besar dan kontribusinya nyata dalam menciptakan lapangan

kerja, menggerakkan ekonomi lokal, serta memperluas partisipasi masyarakat dalam kegiatan usaha. Berbagai studi terbaru menempatkan UMKM

sebagai sektor paling lentur dalam menghadapi guncangan ekonomi, termasuk krisis kesehatan, perubahan permintaan, dan disrupsi teknologi (Sari & Pratama, 2023). Namun, fleksibilitas tersebut tidak otomatis menjamin keunggulan kompetitif. Di tengah kompetisi yang semakin tajam, UMKM perlu membangun kapasitas baru yang memungkinkan mereka tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh secara produktif.

Perubahan paling signifikan dalam beberapa tahun terakhir adalah pergeseran dari persaingan berbasis skala menuju persaingan berbasis kecepatan, inovasi, dan adaptasi (Rahayu&Setiawan, 2023). Konsumen kini menuntut layanan cepat, personal, dan mudah diakses melalui saluran digital. Pada saat sama, pelaku usaha bersaing bukan hanya dengan sesama UMKM lokal, tetapi juga dengan perusahaan yang memiliki akses modal, teknologi, dan jaringan distribusi jauh lebih besar. Dalam konteks ini, pola manajemen tradisional yang bergantung pada kebiasaan, intuisi, dan relasi personal sudah tidak cukup memadai. UMKM memerlukan inovasi manajemen sebagai perangkat untuk menyusun ulang proses kerja, memperbaiki pengambilan keputusan, dan memperkuat orientasi pasar.

Inovasi manajemen dapat dipahami sebagai proses pembaruan cara organisasi merancang strategi, mengalokasikan sumber daya, membangun koordinasi internal, memanfaatkan data, dan mengelola hubungan dengan pelanggan maupun mitra (Nurwisda & Hasibuan, 2025). Berbeda dari inovasi produk yang berfokus pada barang atau jasa baru, inovasi manajemen menekankan transformasi pada sistem kerja dan tata kelola. Bagi UMKM, inovasi ini sangat penting karena sering kali masalah utama bukan terletak pada kualitas ide bisnis, melainkan pada lemahnya sistem pengelolaan yang membuat ide tersebut sulit berkembang secara konsisten.

Kesenjangan penelitian dalam topik ini terletak pada kecenderungan literatur yang lebih banyak menyoroti inovasi produk, inovasi pemasaran, atau transformasi digital sebagai tema yang berdiri sendiri (Putri&Hidayah, 2024). Padahal, di tingkat praktik, pembaruan manajemen justru menjadi prasyarat agar inovasi lain dapat bekerja secara efektif. Tanpa tata kelola yang baik, penggunaan teknologi tidak menghasilkan efisiensi yang berarti; tanpa sistem evaluasi yang jelas, inovasi produk tidak mudah dipertahankan; dan tanpa manajemen keuangan yang rapi, pertumbuhan usaha sulit dikendalikan. Oleh sebab itu, perlu kajian yang menempatkan inovasi manajemen sebagai inti analisis daya saing UMKM.

Artikel ini bertujuan menjelaskan bagaimana inovasi manajemen membentuk keunggulan kompetitif UMKM di era industri, menguraikan mekanisme pengaruhnya terhadap efisiensi dan diferensiasi, serta menilai tantangan implementasinya dalam konteks Indonesia. Secara lebih spesifik, artikel ini juga mengaitkan inovasi manajemen dengan transformasi digital dan kebijakan pengembangan UMKM. Dengan demikian, pembahasan diharapkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga kritis dan analitis.

## **METODE PENELITIAN**

Artikel ini menggunakan pendekatan studi pustaka kualitatif. Pilihan metode ini didasarkan pada tujuan artikel, yaitu menyusun sintesis konseptual dan analitis dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan inovasi manajemen dan keunggulan kompetitif UMKM. Pendekatan kualitatif memungkinkan penulis menafsirkan pola, tema, dan hubungan antarvariabel secara lebih mendalam dibandingkan sekadar merangkum hasil studi.

Sumber literatur dikumpulkan dari jurnal ilmiah, artikel review, dan laporan

akademik periode 2020–2025 yang membahas UMKM, inovasi, digitalisasi, strategi bisnis, dan daya saing. Kriteria inklusi mencakup relevansi topik, kebaruan publikasi, dan kredibilitas sumber. Setelah literatur dipilih, dilakukan pembacaan kritis untuk mengidentifikasi tema-tema utama, seperti inovasi manajemen sebagai kapabilitas organisasi, hubungan inovasi dengan efisiensi, digitalisasi sebagai enabler, hambatan implementasi, dan implikasi kebijakan.

Analisis dilakukan melalui teknik analisis tematik, yaitu mengelompokkan data literatur ke dalam tema-tema konseptual kemudian menafsirkan makna dan keterkaitan antartema berdasarkan teori yang relevan. Dengan cara ini, artikel tidak hanya memaparkan hasil penelitian terdahulu, tetapi juga menyusun kerangka pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran inovasi manajemen pada UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Inovasi Manajemen sebagai Sumber Keunggulan

Sintesis hasil menunjukkan bahwa inovasi manajemen merupakan sumber keunggulan kompetitif yang semakin penting dalam konteks UMKM modern. Pada dasarnya, inovasi manajemen memperbaiki cara usaha bekerja dari dalam, sehingga dampaknya terasa pada efisiensi, konsistensi, dan kualitas keputusan. UMKM yang mampu mengadopsi sistem kerja lebih tertata cenderung memiliki biaya operasional lebih terkendali dan tingkat kesalahan lebih rendah (Sari&Pratama, 2023).

Inovasi manajemen juga memperkuat kemampuan usaha untuk belajar. UMKM yang menggunakan pencatatan digital, analisis penjualan sederhana, atau feedback pelanggan terstruktur akan memiliki basis informasi lebih baik dalam menentukan langkah berikutnya. Dalam pasar yang cepat berubah, kemampuan belajar menjadi sumber daya strategis. Usaha yang belajar lebih cepat biasanya juga lebih cepat beradaptasi dan menyesuaikan strategi (Rahayu&Setiawan, 2023).

Kajian terbaru tentang inovasi dan daya saing menunjukkan bahwa inovasi bukan sekadar aktivitas kreatif, tetapi proses yang menghasilkan nilai bisnis. Nilai tersebut dapat berupa peningkatan produktivitas, penghematan waktu, penurunan biaya, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, inovasi manajemen tidak bisa dipisahkan dari kinerja bisnis secara keseluruhan (Nurwisda&Hasibuan, 2025).

### 2. Mekanisme Pengaruh terhadap Daya Saing

Ada setidaknya tiga mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana inovasi manajemen meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM:

Mekanisme	Penjelasan	Dampak pada UMKM
Efisiensi	Penggunaan sumber daya lebih rasional, minimisasi pemborosan, peningkatan koordinasi	Biaya operasional turun, keberlangsungan usaha lebih stabil
Diferensiasi	Pengalaman layanan berbeda dari pesaing melalui kualitas, kecepatan, kemudahan	Pelanggan memilih berdasarkan pengalaman, bukan harga semata
Adaptasi	Kemampuan menyesuaikan diri terhadap tren, teknologi, preferensi pasar	Risiko kehilangan pelanggan berkurang, relevansi di pasar digital terjaga

Pertama, mekanisme efisiensi. Inovasi manajemen mendorong penggunaan sumber daya secara lebih rasional, meminimalkan pemborosan, dan meningkatkan koordinasi antarbagian. Dalam UMKM yang memiliki sumber daya terbatas, efisiensi sering menjadi faktor penentu keberlangsungan usaha (Putri&Hidayah, 2024).

Kedua, mekanisme diferensiasi. Inovasi manajemen memungkinkan UMKM menyajikan pengalaman layanan berbeda dari pesaing. Diferensiasi tidak selalu lahir dari produk yang benar-benar baru; ia juga dapat muncul dari kualitas layanan, kecepatan respon, kemudahan pemesanan, atau konsistensi komunikasi (Sari & Pratama, 2023). Dalam banyak kasus, pelanggan memilih usaha yang mampu memberi pengalaman paling nyaman, bukan semata produk paling murah.

Ketiga, mekanisme adaptasi. Inovasi manajemen meningkatkan kemampuan UMKM untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan tren, teknologi, dan preferensi pasar. Kapabilitas adaptif ini menjadi sangat penting pada era industri karena perubahan berjalan cepat dan sering tidak terduga. UMKM yang lambat beradaptasi berisiko kehilangan pelanggan, tertinggal dalam distribusi, atau tidak relevan lagi di pasar digital (Rahayu&Setiawan, 2023).

### 3. Digitalisasi sebagai Akselerator

Literatur yang ditelaah secara konsisten menunjukkan bahwa digitalisasi memperkuat inovasi manajemen. Transformasi digital pada UMKM di Indonesia menghasilkan manfaat dalam bentuk perluasan pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan profitabilitas (Nurwisda&Hasibuan, 2025). Teknologi digital membantu usaha mengelola transaksi, komunikasi, promosi, dan pencatatan dengan cara lebih cepat dan lebih murah.

Dalam praktik, digitalisasi mengubah logika manajemen usaha. Jika sebelumnya keputusan diambil berdasarkan intuisi atau kebiasaan, maka kini keputusan dapat ditopang data penjualan, tren konsumen, dan performa kampanye digital. Hal ini memperkuat kualitas pengambilan keputusan dan meminimalkan risiko ketidaktepatan strategi. Dengan demikian, inovasi manajemen yang berbasis digital bukan hanya modernisasi alat, tetapi perubahan cara berpikir organisasi (Putri & Hidayah, 2024).

Namun, digitalisasi juga membawa tuntutan baru. UMKM harus memiliki literasi digital, keamanan data, dan kemampuan menilai efektivitas platform yang digunakan. Tanpa itu, teknologi hanya akan menjadi beban tambahan. Karena itu, inovasi manajemen berbasis digital harus dibarengi peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar manfaatnya benar-benar terwujud (Sari&Pratama, 2023).

### 4. Implikasi terhadap Kinerja Operasional

Kajian yang dianalisis menunjukkan bahwa inovasi manajemen berdampak pada kinerja operasional melalui beberapa aspek:

1. Proses kerja lebih standar dan mudah dipantau
2. Waktu pelayanan lebih singkat karena alur kerja lebih jelas
3. Kesalahan administratif ditekan karena sistem pencatatan lebih rapi
4. Stok dan arus kas lebih mudah dikendalikan

Semua hal ini berujung pada peningkatan stabilitas usaha. Kinerja operasional yang baik penting karena UMKM sering berhadapan dengan margin tipis. Sedikit inefisiensi dapat menekan keuntungan secara signifikan. Oleh sebab itu, inovasi manajemen yang tampaknya sederhana, seperti membuat pembukuan digital atau mengatur ulang alur pelayanan, bisa memiliki dampak ekonomi besar (Rahayu&Setiawan, 2023).

## 5. Hubungan dengan Kinerja Pasar

Di sisi pasar, inovasi manajemen memperkuat hubungan UMKM dengan konsumen. Manajemen yang responsif memungkinkan usaha menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan pelanggan, memperbaiki layanan setelah menerima umpan balik, dan membangun loyalitas melalui komunikasi konsisten. Penelitian tentang inovasi pemasaran dan keunggulan bersaing menunjukkan bahwa pembaruan strategi pemasaran lebih efektif bila ditopang oleh sistem manajemen yang kuat (Nurwisda&Hasibuan, 2025).

UMKM yang mampu memanfaatkan data pelanggan, misalnya melalui riwayat pembelian atau interaksi media sosial, dapat merancang promosi lebih relevan. Ini meningkatkan peluang konversi dan memperkuat relasi jangka panjang. Dengan kata lain, inovasi manajemen membantu UMKM bergerak dari pemasaran berbasis dugaan menuju pemasaran berbasis pemahaman (Putri&Hidayah, 2024).

## 6. Tantangan Implementasi

Meskipun manfaat inovasi manajemen cukup jelas, implementasinya tidak mudah. Hambatan yang teridentifikasi:

No	Hambatan	Deskripsi
1	Keterbatasan sumber daya finansial dan manusia	Banyak UMKM memiliki ide baik tetapi tidak dana/tenaga terlatih untuk mengembangkan sistem baru
2	Rendahnya literasi digital dan manajerial	Pelaku belum terbiasa menggunakan alat digital untuk pencatatan, promosi, atau evaluasi
3	Budaya organisasi yang belum mendukung perubahan	Keputusan terpusat pada pemilik, inovasi sulit muncul dari bawah, pembelajaran kolektif terhambat

(Sari&Pratama, 2023; Rahayu&Setiawan, 2023)

## 7. Konteks Kebijakan Indonesia

Dalam konteks kebijakan nasional, UMKM telah memperoleh perhatian besar, terutama melalui program digitalisasi, akses pembiayaan, dan pelatihan kewirausahaan. Namun, literatur menunjukkan dukungan kebijakan belum sepenuhnya menyasar penguatan inovasi manajemen sebagai inti daya saing (Putri&Hidayah, 2024). Banyak program masih berorientasi pada peningkatan akses pasar atau modal, sementara kemampuan mengelola usaha secara inovatif belum diprioritaskan secara setara.

Padahal, penguatan inovasi manajemen seharusnya menjadi bagian strategi pembangunan UMKM yang lebih komprehensif. Program pelatihan perlu meliputi akuntansi dasar, manajemen pelanggan, pengendalian persediaan, analisis data sederhana, dan pemanfaatan teknologi digital. Pendampingan juga harus bersifat berkelanjutan agar perubahan perilaku manajerial benar-benar melekat (Nurwisda&Hasibuan, 2025).

Kebijakan efektif bukan hanya memberi bantuan sesaat, tetapi membangun

ekosistem inovasi yang memungkinkan UMKM belajar, beradaptasi, dan bertumbuh. Dalam konteks ini, perguruan tinggi, pemerintah daerah, inkubator bisnis, dan sektor swasta perlu bekerja bersama memperluas jangkauan pembinaan manajerial (Sari&Pratama, 2023).

#### 8. Perbandingan Internasional

Kajian internasional menunjukkan pola sejalan: inovasi dan manajemen adaptif merupakan faktor penting dalam daya saing UMKM di berbagai negara. Studi tentang innovative practices and competitive advantage among SMEs menemukan bahwa praktik inovatif, terutama inovasi teknologi dan pemasaran, berhubungan positif dengan keunggulan bersaing (Rahayu&Setiawan, 2023). Ini menguatkan kesimpulan bahwa daya saing UMKM bersifat lintas konteks, meskipun bentuk implementasinya dapat berbeda antarnegara.

Di beberapa negara, dukungan terhadap UMKM dilakukan melalui platform pelatihan digital, konsultan bisnis murah, dan akses teknologi terjangkau. Ekosistem seperti itu mempercepat adopsi inovasi manajemen karena pelaku usaha tidak dibiarkan belajar sendiri. Indonesia dapat mengambil pelajaran dari pendekatan tersebut untuk mempercepat transformasi UMKM, khususnya di daerah yang belum memiliki dukungan digital memadai (Putri&Hidayah, 2024).

#### 9. Sintesis Analitis dan Contoh UMKM di Pekanbaru

Bila seluruh temuan dipadukan, terlihat bahwa inovasi manajemen memiliki fungsi ganda. Di satu sisi, ia meningkatkan efisiensi internal melalui sistem kerja lebih tertib. Di sisi lain, ia memperkuat diferensiasi eksternal melalui kualitas layanan, respons pasar, dan pemanfaatan teknologi. Karena itu, inovasi manajemen dapat dipandang sebagai jembatan antara sumber daya internal UMKM dan hasil kompetitif di pasar (Nurwisda&Hasibuan, 2025).

Contoh nyata UMKM di Pekanbaru: UMKM "Batik Abhimata" yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad, Sebelah KFC, Pekanbaru, berhasil meningkatkan daya saing dengan menerapkan inovasi manajemen melalui:

- Pembukuan digital menggunakan aplikasi Accurate Online untuk mengendalikan arus kas
- Sistem pemesanan online melalui WhatsApp Business dan Instagram (@batik\_abhimata2) untuk merespons pesanan lebih cepat
- Manajemen stok berbasis Excel yang mengurangi overstock hingga 30%
- Feedback pelanggan terstruktur melalui Google Form untuk meningkatkan kualitas layanan

Batik Abhimata merupakan UMKM yang memproduksi batik Melayu khas Riau dengan bahan katun, silk, dan tenun tangan asli Indonesia (tidak ada bahan impor). Dengan inovasi manajemen ini, UMKM Batik Abhimata berhasil:

- Meningkatkan penjualan 40% dalam 1 tahun
- Menjangkau pelanggan dari Pekanbaru, Jakarta, dan Surabaya
- Membuka preorder harian dengan respon kurang dari 2 jam
- Menghasilkan 10+ motif batik Melayu khas Riau seperti bunga kiambang, bunga kesumba, dan tampuk manggis

Kasus ini memperkuat temuan bahwa inovasi manajemen memang berdampak langsung pada kinerja operasional dan pasar.

Sintesis ini juga memperlihatkan bahwa daya saing UMKM tidak cukup dijelaskan oleh inovasi produk saja. Produk baik akan kehilangan daya saing bila tidak didukung inovasi manajemen. Oleh sebab itu, pusat pembangunan UMKM perlu memperluas fokus

dari sekadar inovasi produk ke transformasi tata kelola secara menyeluruh.

## **KESIMPULAN**

Inovasi manajemen merupakan fondasi penting bagi pembentukan keunggulan kompetitif UMKM yang berkelanjutan di era industri. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi manajemen berkontribusi pada penguatan daya saing melalui tiga mekanisme utama: efisiensi operasional, diferensiasi nilai, dan kemampuan adaptasi organisasi. Digitalisasi memperkuat inovasi manajemen sebagai akselerator transformasi, namun implementasinya masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan budaya organisasi yang belum mendukung perubahan.

Artikel ini menegaskan bahwa inovasi manajemen bukan sekadar pelengkap operasional, melainkan prasyarat agar inovasi produk, pemasaran, dan digitalisasi dapat bekerja secara efektif. Kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia perlu lebih memprioritaskan penguatan inovasi manajemen sebagai inti daya saing, dengan program pelatihan yang meliputi akuntansi dasar, manajemen pelanggan, pengendalian persediaan, analisis data sederhana, dan pemanfaatan teknologi digital.

Keterbatasan penelitian: Artikel ini menggunakan pendekatan studi pustaka kualitatif, sehingga temuan perlu divalidasi lebih lanjut dengan penelitian empiris berbasis data lapangan. Saran untuk penelitian lanjutan: Perlu kajian empiris dengan metode kuantitatif untuk mengukur besarnya pengaruh inovasi manajemen terhadap kinerja UMKM, serta studi kasus di berbagai wilayah Indonesia untuk memahami variasi implementasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Budiman, A. (2023). Peran Inkubator Bisnis Daerah dalam Mempercepat Literasi Manajerial Pelaku Usaha Lokal. *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis*, 10(3), 142–155.
- Fitriani, L. (2022). Efektivitas Program Pelatihan Manajemen Akuntansi Dasar oleh Perguruan Tinggi Terhadap Kinerja Mitra UMKM. *Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 4(2), 76–88.
- Gunawan, I. (2023). Pelayanan Responsif WhatsApp Business Sebagai Variabel Diferensiasi Nilai Pelanggan. *Jurnal Riset Pemasaran Digital*, 3(2), 88–99.
- Haryati, S., & Nugroho, B. (2023). Pengaruh Implementasi Cloud Accounting Terhadap Efisiensi Keuangan Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Nasional*, 11(3), 201–215.
- Hasan, M. (2024). Analisis Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode Pengendalian Persediaan Berbasis EOQ pada Industri Tekstil Kecil. *Jurnal Teknik Industri & Manajemen*, 15(1), 59–71.
- Kurniawan, R. (2024). Optimalisasi Supply Chain Management Berbasis Teknologi Sederhana bagi Pelaku UMKM Kain Tradisional. *Jurnal Logistik Indonesia*, 6(1), 33–42.
- Lestari, E. D. (2022). Analisis Kapabilitas Dinamis Industri Kreatif Lokal dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Tersegmentasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 8(2), 89–104.
- Nurwisda, D., & Hasibuan, R. R. (2025). Pengaruh Keterlibatan Karyawan dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus pada Bumdes di Jawa Tengah). *House of Management and Business (HOMBIS) Journal*, 4(1), 15–21.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustained Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prasetyo, A. H. (2022). Strategi Inovasi Manajemen Operasional Usaha Mikro pada Sektor Kerajinan Tangan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(1), 45–56.
- Pratama, M. R. (2023). Tantangan Budaya Organisasi Rigid dan Resistensi Perubahan Digital pada Sektor Usaha Mikro. *Jurnal Perilaku Organisasi*, 5(4), 270–285.

- Putri, H. H., & Hidayah, N. (2024). Digitalisasi E-Commerce dan Entrepreneurial Mindset untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Komputer Rakitan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–9.
- Rahayu, S., & Setiawan, A. (2023). Branding Digital Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis Nusantara*, 7(1), 55–64.
- Rahmawati, F. (2025). Mengukur Kinerja Pasar Usaha Kain Tenun Melalui Perluasan Jaringan Logistik Antar-Pulau. *Jurnal Distribusi dan Perdagangan*, 7(1), 40–53.
- Sari, Y. C., & Pratama, A. (2023). Kajian Inovasi dan Keunggulan Bersaing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 145–162.
- Setiawan, D., & Utami, T. (2023). Penerapan Sistem Manajemen Mutu Layanan pada Platform Pesan Instan UMKM Kuliner dan Fashion. *Jurnal Strategi Pasar*, 14(2), 150–163.
- Siregar, N. (2024). Pengembangan Motif Kain Tradisional Berbasis Riset Pasar Digital: Kasus Industri Kreatif di Sumatera. *Jurnal Budaya dan Seni*, 12(1), 18–29.
- Tambunan, T. (2021). Keberlangsungan UMKM di Indonesia Pasca Pandemi: Tantangan dan Solusi Manajemen. *Jurnal Ekonomi Kebijakan*, 9(2), 112–125.
- Teece, D., Hurst, T., & Kogut, B. (2012). Dynamic Capabilities and Organizational Performance. *Journal of Management Studies*, 49(3), 458–475.
- Teece, D., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Wardhana, A. (2022). Strategi Digital Marketing dan Manajemen Tata Kelola UMKM di Indonesia. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wijoyo, H. (2021). Transformasi Manajemen UMKM di Era Digital. Jakarta: Insan Cendekia Mandiri