

PERAN E-COMMERCE DALAM TRANSFORMASI EKSPOR IMPOR DI ERA DIGITAL**Florentya Syifa Hilwah Tamam¹, Triliunna Meiriska Sari Putria², Rinandita Wikansari³***^{1,2,3}Program Studi Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN dan RRT
Politeknik APP Jakarta**E-mail: memeymeiriska07@gmail.com*

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:*Received :21-11-2024**Revised : 14-12-2024**Accepted :19-12-2024***Kata Kunci:** *E-Commerce;
Ekspor-Impor; Teknologi
Digital***DOI:10.62335****ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji peran e-commerce dalam transformasi kegiatan ekspor-impor di era digital. E-commerce telah merevolusi perdagangan internasional dengan memfasilitasi transaksi lintas negara secara lebih efisien, cepat, dan hemat biaya. Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk menganalisis literatur yang relevan dari tahun 2020-2023, yang membahas berbagai aspek e-commerce dalam konteks ekspor-impor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce memberikan berbagai manfaat, seperti peningkatan aksesibilitas pasar global, efisiensi logistik, dan transparansi transaksi. Faktor utama yang mendukung keberhasilan implementasi e-commerce antara lain infrastruktur digital yang memadai, kebijakan pemerintah yang kondusif, dan kualitas layanan yang menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen. Selain itu, e-commerce membuka peluang besar bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk bersaing di pasar internasional melalui akses langsung ke konsumen dan optimalisasi rantai pasokan. Namun, studi ini juga menemukan sejumlah kendala yang dihadapi oleh para pelaku ekspor-impor dalam mengadopsi e-commerce. Tantangan tersebut antara lain infrastruktur digital yang terbatas, literasi teknologi yang masih rendah, kebijakan yang belum sepenuhnya mendukung, dan masalah keamanan data. Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan kolaborasi antara pemerintah dan swasta, termasuk pengembangan kebijakan yang mendukung, perbaikan infrastruktur digital, dan pelatihan bagi eksportir.

PENDAHULUAN

Pada era digital, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap kehidupan manusia dalam berbagai bidang, tidak terkecuali dalam perdagangan global. Kehadiran internet yang semakin canggih dan terjangkau telah mempermudah akses informasi dan memfasilitasi transaksi perdagangan lintas batas (International Trade Centre, 2023). Era digital telah melahirkan berbagai inovasi di bidang perdagangan yang mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan serta mitra bisnis mereka. Inovasi tersebut diwujudkan melalui sistem teknologi yang dikenal sebagai e-commerce (Sharma, Srivastva, Fatima, 2023). E-commerce telah merevolusi cara perusahaan dan konsumen menjalankan aktivitas perdagangan.

E-commerce merupakan platform digital yang memungkinkan konsumen dan pebisnis melakukan transaksi perdagangan secara daring tanpa terbatas oleh jarak geografis (International Journal for Multidisciplinary Research, 2023). E-commerce kini menjadi fenomena global yang memainkan peran penting dalam transformasi perdagangan internasional, termasuk dalam kegiatan ekspor-impor (World Trade Organization, 2018). Kehadiran e-commerce memfasilitasi perdagangan global dan memungkinkan aktivitas ekspor-impor berjalan lebih efektif dan efisien (Organization for Economic Co-operation and Development, 2020).

Kemunculan telah menarik minat konsumen melalui berbagai penawaran menarik seperti diskon dan kemudahan akses (McKinsey & Company, 2019). Komponen-komponen e-commerce seperti komunikasi, transaksi bisnis, serta interaksi antara pembeli dan penjual memiliki peran dalam meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar bagi perusahaan (Sharma, Srivastava, Fatima, 2021). Selain itu, pemanfaatan juga terbukti mampu menurunkan biaya operasional perusahaan melalui pengoptimalan manajemen rantai pasok (Organization for Economic Co-operation and Development, 2020). Dengan demikian, platform e-commerce memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen yang lebih luas, tanpa batasan lokasi (International Journal for Multidisciplinary Research, 2023).

E-commerce mendorong perdagangan global melalui kemudahan akses informasi, efisiensi logistik, dan pembayaran digital yang dapat meningkatkan produktivitas serta daya saing ekspor-impor (International Trade Centre, 2023). E-commerce juga mempermudah usaha kecil dan menengah untuk memasuki pasar global dan memperluas jangkauan pemasaran (World Trade Organization, 2018). Selain itu, pemanfaatan platform e-commerce turut mempermudah prosedur kepabeanan dan memperlancar arus perdagangan lintas batas (Organization for Economic Co-operation and Development, 2020).

Pada era digital ini, e-commerce telah menyerap berbagai perubahan dalam sektor perdagangan internasional, mengubah cara perusahaan merancang, memasarkan, mendistribusikan, dan mendukung produk pelaku usaha (International Trade Centre, 2023). Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendisrupsi praktik-praktik bisnis konvensional, termasuk dalam aktivitas ekspor-impor (Laudon & Traver, 2020). Berbagai perusahaan kini memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas pasar, mengoptimalkan rantai pasok, serta meningkatkan daya saing di pasar global (World

Trade Organization, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana e-commerce berperan dalam transformasi kegiatan ekspor-impor di era digital (International Journal for Multidisciplinary Research, 2023).

Rumusan Masalah

1. Apa definisi e-commerce dalam ekspor impor pada era digital?
2. Apa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi e-commerce dalam ekspor-impor?
3. Peran e-commerce dalam transformasi ekspor-impor di era digital?
4. Apa saja kendala yang dihadapi pelaku ekspor impor dalam beradaptasi dengan e-commerce ?

METODE PENELITIAN

Systematic Literature Review (SLR) adalah metode penelitian yang dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis penelitian yang relevan secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Menurut Tranfield, dkk (2003), Systematic Literature Review (SLR) mengutamakan transparansi dan keterulangan dalam proses pencarian dan seleksi literatur, serta menyajikan temuan dengan cara yang terstruktur. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengurangi bias dalam penilaian, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang diteliti, serta mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian yang ada. Oleh karena itu, Systematic Literature Review (SLR) menjadi alat yang sangat berguna dalam menyusun dasar teoritis dan praktis bagi penelitian lebih lanjut. Pendekatan ini memanfaatkan langkah-langkah yang terstruktur dan metodologi yang ketat untuk memastikan bahwa hasilnya dapat diandalkan dan obyektif.

Penelitian menggunakan Systematic Literature Review (SLR) ini terbagi menjadi tiga tahap. Tahap pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menyusun pertanyaan berdasarkan topik yang dipilih sebagai dasar untuk mencari dan menyeleksi data literatur yang didapat. Selanjutnya, dilakukan pencarian literatur yang bersumber dari jurnal nasional yang membahas 'Peran dalam Transformasi Ekspor Impor di Era Digital'. Pencarian jurnal dilakukan menggunakan platform Google Scholar dengan alamat situs <https://scholar.google.com/>, data literatur yang digunakan memiliki kriteria tahun terbit dalam periode 3 (tiga) tahun terakhir atau sejak tahun 2020-2023. Kemudian setelah mendapatkan jurnal yang sesuai dengan topik yang diinginkan, tahap terakhir dalam penggunaan Systematic Literature Review (SLR) dalam penelitian ini yaitu penulisan hasil systematic literature review sesuai format tulisan yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi dalam Ekspor Impor pada Era Digital

Aryani, Andari, & Suhundar (2020) menyatakan e-commerce berfungsi sebagai platform digital yang mempercepat transaksi internasional. Artinya, dalam konteks ekspor dan impor, e-commerce memfasilitasi perdagangan global melalui teknologi digital, memungkinkan transaksi jual beli produk dan jasa tanpa batasan geografis atau waktu. Platform ini menghubungkan pembeli dan penjual dari berbagai negara dengan

cara yang lebih efisien dibandingkan metode perdagangan tradisional. Penggunaan internet dan teknologi informasi dalam e-commerce terbukti mempercepat pergerakan barang dan mengurangi biaya transaksi perdagangan.

E-commerce tidak hanya memberikan manfaat kepada pelaku bisnis yang terlibat dalam ekspor impor, tetapi juga memberikan keuntungan bagi pihak ketiga, seperti pengelola platform e-commerce. Peran pengelola ini mencakup pengawasan transaksi, termasuk proses verifikasi pembelian dan penjualan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi berjalan dengan aman dan sesuai prosedur. Pengawasan tersebut membantu menciptakan kepercayaan antara pembeli dan penjual, sehingga risiko penipuan dapat diminimalisir dan keamanan transaksi meningkat (Rahayu, dkk., 2019).

Alvarado & Guzman (2020) menyatakan bahwa e-commerce dalam ekspor impor didefinisikan sebagai platform digital yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan perdagangan lintas negara secara online. Platform ini menyediakan berbagai alat seperti sistem pembayaran elektronik, manajemen inventaris, dan pelacakan logistik yang memudahkan proses transaksi. E-commerce memperluas akses ke pasar internasional dengan menurunkan hambatan geografis dan administratif yang sebelumnya menghambat bisnis kecil dalam perdagangan global.

E-commerce dalam konteks ekspor-impor pada era digital mengacu pada pemanfaatan teknologi digital, terutama internet, untuk mendukung transaksi perdagangan antar negara. Platform e-commerce memungkinkan perusahaan untuk mengakses pasar global dengan lebih cepat dan efisien, terutama berkat adanya teknologi seperti sistem pembayaran online yang aman, pelacakan pesanan, dan layanan pelanggan. Rahmawati (2021) menyatakan bahwa e-commerce terbukti membantu kelancaran distribusi dan keberlangsungan logistik selama pandemi Covid-19 di Jakarta. Ini menunjukkan bahwa e-commerce juga dapat berperan penting dalam memperkuat rantai pasokan global melalui penggunaan infrastruktur digital yang efisien. Sebagai ilustrasi, di China, langkah pemerintah seperti pembangunan zona perdagangan bebas dan promosi "Belt and Road Initiative" telah mendorong pertumbuhan e-commerce lintas negara, mendukung logistik internasional dalam perdagangan global. Melalui e-commerce, perdagangan internasional tidak lagi terbatas oleh jarak geografis, karena produk dapat diakses secara global dengan biaya dan waktu yang lebih rendah. Pada saat yang sama, perkembangan lintas negara berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dengan membuka pasar baru dan mengurangi hambatan perdagangan tradisional (Askar, 2021).

Faktor yang Mempengaruhi dalam Ekspor-Import

Faktor yang mempengaruhi e-commerce dalam ekspor-impor sangat beragam dan saling terkait, mencakup aspek teknologi, ekonomi, dan regulasi. Salah satu aspek penting adalah ketersediaan dan mutu infrastruktur teknologi informasi, termasuk akses internet dan platform e-commerce, yang memiliki dampak signifikan terhadap efisiensi proses perdagangan internasional. Miranda (2020) menekankan bahwa pemanfaatan e-commerce oleh usaha kecil dan menengah (UKM) tidak hanya meningkatkan daya saing bisnis melalui akses pasar yang lebih luas tetapi juga mempercepat adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Dalam konteks ekspor-impor, investasi dalam

infrastruktur digital memungkinkan pelaku usaha, khususnya UKM untuk terhubung dengan pasar global secara lebih mudah, mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi rantai pasokan. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur teknologi menjadi langkah strategis untuk memperkuat posisi negara dalam perdagangan internasional, sekaligus mendorong partisipasi UKM di pasar global melalui e-commerce.

Kedua, kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan perdagangan dan memiliki peranan krusial dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kegiatan ekspor-impor. Regulasi yang mendukung, seperti pengurangan tarif dan pajak untuk transaksi digital, dapat mendorong lebih banyak perusahaan, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk memanfaatkan dalam aktivitas perdagangan internasional. Nurhalijah, Suarna & Marhamah (2024) menyatakan bahwa dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan yang kondusif, seperti pelatihan kewirausahaan digital dan infrastruktur e-commerce, dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal dan internasional. Dengan regulasi yang mendukung, para pelaku usaha tidak hanya terdorong untuk beradaptasi dengan teknologi digital tetapi juga lebih percaya diri untuk mengembangkan strategi perdagangan inovatif, sehingga memperkuat posisi mereka di pasar global.

Ketiga, kualitas layanan dalam e-commerce, yang mencakup keamanan transaksi dan pelayanan pelanggan, memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Bowo (2023) menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan e-commerce merupakan salah satu strategi penting untuk memperkuat daya saing pelaku usaha, terutama dalam memperluas akses pasar. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam bertransaksi, termasuk transaksi lintas negara. Kualitas layanan yang tinggi tidak hanya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga mendorong pertumbuhan perdagangan internasional. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin memperluas jangkauan pasar global melalui e-commerce perlu memastikan bahwa platform mereka memberikan layanan yang andal dan profesional, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi.

Keempat, perilaku dan preferensi konsumen Indonesia dalam menggunakan platform e-commerce menyoroti pentingnya kemudahan bertransaksi, kecepatan pengiriman, dan transparansi informasi produk. Perkembangan telah membawa transformasi signifikan terhadap pola konsumsi konsumen, yang kini lebih mengutamakan efisiensi dan kenyamanan dibandingkan metode perdagangan tradisional (Chusumastuti, dkk., 2023). Pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen lokal menjadi faktor kunci bagi pelaku usaha untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan daya saing, dan memaksimalkan kepuasan pelanggan. Selain itu, adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen ini juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar digital.

Peran dalam Transformasi Ekspor-Import di Era Digital

E-commerce telah mengubah cara perusahaan dalam menjalankan aktivitas ekspor-impor dengan menyediakan akses yang lebih luas ke pasar global. Melalui

platform digital, perusahaan kecil dan menengah kini dapat menjangkau pelanggan internasional tanpa harus bergantung pada perantara dengan biaya tinggi. Olivia & Pratiwi (2020) menyatakan bahwa e-commerce memberikan peluang besar bagi pelaku usaha di sektor kreatif, seperti produk fashion dan perhiasan, untuk meningkatkan daya saing mereka melalui pemasaran digital dan akses langsung ke konsumen internasional. Selain itu, platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan data dan analitik untuk memahami tren pasar serta preferensi konsumen di berbagai negara, sehingga strategi pemasaran dan penjualan dapat lebih efektif. Dengan memanfaatkan teknologi ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan menekan biaya transaksi, tetapi juga mampu beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan pasar, memperkuat daya saing mereka di tingkat global.

E-commerce menawarkan berbagai alat yang memudahkan integrasi antara pemasok, produsen, dan distributor di seluruh dunia. Melalui teknologi digital, perusahaan dapat melacak pengiriman dan mengelola persediaan dengan lebih efisien. Utama (2021) menyatakan bahwa digitalisasi telah menjadi pendorong utama dalam meningkatkan efisiensi operasional di berbagai sektor, termasuk perbankan dan perdagangan. Penerapan e-commerce dalam rantai pasokan memungkinkan perusahaan tidak hanya mempercepat proses pengiriman dan meningkatkan visibilitas operasional tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan adopsi teknologi digital ini, perusahaan mampu menciptakan sistem yang lebih terintegrasi dan responsif terhadap kebutuhan pasar global, yang pada akhirnya memperkuat daya saing mereka di era digital.

E-commerce juga membantu mengurangi hambatan dalam perdagangan internasional dengan meningkatkan transparansi dalam transaksi. Informasi mengenai regulasi dan prosedur perdagangan kini lebih mudah diakses, memungkinkan perusahaan untuk mematuhi peraturan yang ada dengan lebih baik. Fahmi, Zuheri & Kholis (2022) menyatakan bahwa digitalisasi dalam perdagangan global, termasuk melalui e-commerce, telah mempercepat proses administrasi seperti izin dan pendaftaran, sehingga perusahaan dapat menjalankan aktivitas ekspor-impor dengan lebih efisien. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh perdagangan digital ini, pelaku bisnis dapat lebih fokus pada strategi pertumbuhan, inovasi, dan pengembangan pasar, tanpa terhambat oleh birokrasi yang rumit. Hal ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

Selain itu, e-commerce menciptakan peluang untuk kolaborasi bisnis yang lebih luas antara pelaku usaha di tingkat global. Dengan adanya platform e-commerce, perusahaan dapat menemukan mitra strategis dan menjalin kerja sama dalam aspek pemasaran, distribusi, dan pengembangan produk. Kesempatan ini memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap kebutuhan pasar internasional. Kolaborasi yang terjadi melalui e-commerce tidak hanya mempermudah pertukaran inovasi dan sumber daya, tetapi juga memperkenalkan tantangan baru dalam regulasi hukum dagang internasional (Setiawati, dkk; 2023). Meskipun demikian, kolaborasi ini memungkinkan perusahaan untuk memperkuat posisi mereka dalam pasar global, mempercepat pertumbuhan

bisnis, dan memperluas jangkauan pasar internasional. Melalui adaptasi terhadap teknologi digital dan pemahaman regulasi yang berkembang, perusahaan dapat memanfaatkan peluang ini dengan lebih efektif.

Kendala yang Dihadapi Pelaku Ekspor Impor dalam Beradaptasi dengan

Pelaku ekspor-impor seringkali menghadapi berbagai kendala dalam beradaptasi dengan e-commerce, yang dapat mempengaruhi efisiensi dan efektivitas operasional mereka. Salah satu kendala utama adalah kurangnya infrastruktur digital yang memadai. Banyak pelaku usaha di sektor ini yang masih terhambat oleh ketidakcukupan infrastruktur teknologi yang mengurangi kemampuan mereka untuk bersaing di pasar global. Literasi digital yang rendah pada pelaku usaha, khususnya di sektor UMKM menjadi salah satu faktor penghambat dalam adopsi teknologi digital yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai dan pemahaman yang cukup tentang transformasi digital, pelaku usaha akan kesulitan untuk memanfaatkan potensi dalam perdagangan internasional. Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur digital dan literasi transformasi digital menjadi langkah penting untuk mengatasi kendala ini dan memperkuat daya saing pelaku usaha di pasar global (Firmansyah, dkk; 2023).

Selain itu, kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam penggunaan teknologi informasi juga menjadi hambatan signifikan. Banyak pelaku ekspor-impor belum sepenuhnya memahami cara kerja platform e-commerce dan berbagai alat digital yang dapat membantu dalam proses perdagangan. Zahiroh (2023) menunjukkan bahwa ketidakpahaman terhadap teknologi digital ini menciptakan ketidakpercayaan terhadap e-commerce, yang pada gilirannya membuat pelaku usaha ragu untuk mengadopsi sistem baru, sehingga memperlambat proses transformasi digital mereka. Dalam konteks ini, pelatihan dan edukasi tentang sangat diperlukan untuk meningkatkan kemampuan pelaku bisnis, khususnya UMKM, agar dapat memanfaatkan peluang digitalisasi yang ada dan lebih kompetitif di pasar global pasca-pandemi.

Kendala lain yang dihadapi adalah masalah regulasi dan kebijakan yang belum sepenuhnya mendukung praktik e-commerce. Saputri (2023) mengungkapkan bahwa kebijakan yang tidak konsisten, seperti kebijakan bea cukai yang kabur atau persyaratan dokumen tambahan dalam transaksi digital, memperlambat proses ekspor-impor dan membuat pelaku usaha enggan memanfaatkan e-commerce. Untuk itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah dan sektor swasta untuk menyusun kebijakan yang lebih mendukung pengembangan e-commerce, sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan strategi digital marketing dengan lebih optimal dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

Terakhir, masalah keamanan dan privasi juga menjadi perhatian utama bagi pelaku ekspor-impor yang beralih ke e-commerce. Banyak pelaku usaha khawatir tentang potensi pencurian data dan penipuan online yang dapat merugikan mereka. UMKM, termasuk yang terlibat dalam platform e-commerce, sering kali menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan pelanggan terkait perlindungan data pribadi. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat, seperti enkripsi data dan otentikasi yang lebih baik, serta

memberikan jaminan kepada pelanggan tentang perlindungan data mereka, sehingga dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan penggunaan dalam ekspor-impor (Kania & Prastian, 2024) .

KESIMPULAN

E-commerce telah menjadi pendorong utama dalam transformasi kegiatan ekspor-impor di era digital. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku bisnis dapat melakukan transaksi lintas negara dengan lebih efisien, mengurangi biaya, dan mempercepat pergerakan barang. Teknologi informasi yang mendukung memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar internasional, meningkatkan aksesibilitas dan transparansi dalam transaksi perdagangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam ekspor-impor meliputi ketersediaan infrastruktur digital yang memadai, dukungan kebijakan pemerintah, serta kualitas layanan yang ditawarkan. Infrastruktur teknologi yang kuat memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dan bersaing di pasar global. Selain itu, kebijakan yang mendukung dan transparan akan mengurangi hambatan bagi pelaku usaha dalam beradaptasi dengan e-commerce, sementara layanan yang aman dan berkualitas akan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Namun, pelaku ekspor-impor masih menghadapi sejumlah kendala dalam mengimplementasikan e-commerce, seperti kurangnya infrastruktur, pemahaman teknologi yang terbatas, dan masalah regulasi. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta guna menciptakan kebijakan yang mendukung, serta program pelatihan untuk meningkatkan kapabilitas pelaku usaha. Dengan langkah-langkah tersebut, potensi untuk memperkuat perdagangan internasional dapat dimanfaatkan secara optimal, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi global.

DAFTAR PUSTAKA

- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14 (3), 207-222.
- Rahayu S, Fitriani L, Kurniawati R, Bustomi Y. (2019). Based on the Marketplace in efforts to sell agricultural products using Extreme programming Approach. *Journal of Physics: Conference Series*, 4th Annual Applied Science and Engineering Conference. IOP Publishing. Doi:10.1088/1742-6596/1402/6/066108
- Alvarado, D. & Guzman, F. (2020). "The effect of brand identity-cognitive style fit and social influence on consumer-based brand equity," *Journal of Product & Brand Management*.
- Laili Rahmawati. (2022). Peran Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Wilayah Jakarta Saat Pandemi Covid-19.
- Gulnigar Askar. (2021). Cross-border in China. *Journal of International Trade, Logistics and Law*, vol. 7, issue 1.
- Eka Miranda. (2020). Pemakaian untuk Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing.

- Nurhalijah, Suarna, Marhamah. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui Di Desa Bojong Kalapa.
- Ferdian Arie Bowo. (2023). Peran Dan Strategi Promosi Ditinjau Dari Kebijakan Klustering UMKM Di Era Digital.
- Chusumastuti, Elisabeth, Nurali, Suryadharma, Sinaga. (2022). Gangguan Digital dan Transformasi Ekonomi: Menganalisis Dampak terhadap Industri Tradisional.
- Irgi Putri Olivia, Ni Made Ida Pratiwi. (2020). Pengabdian dan Pemberdayaan untuk Meningkatkan Ekspor Produk Fashion/Perhiasan di Era Digital.
- Andrew Shandy Utama. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia.
- Muhammad Izzul Fahmi, Ahmad Ardian Zuheri, Nur Kholis. (2022). Transformasi Perdagangan Global: Pengaruh Perdagangan Digital, Dinamika Rantai Nilai Global (GVC), dan Geopolitik.
- Diana Setiawati, Nur Isa Herda, Nilam Arum Sari, Ibrahim Sholahudin, Harjuna Nurfattah, Sabrina Diyang A.P (2023). Transformasi Teknologi dalam Hukum Dagang Internasional: Regulasi dan Penyelesaian Sengketa di Era Digital.
- Nunung Agus Firmansyah, Darsin Darsin, M. Adhitya Wardhana, Mu'aida Wijayanti, Lailiyani Khoirunnisa. (2023). Peningkatan Literasi Transformasi Digital pada Pelaku UMKM di Desa Sadang, Kecamatan Jekulo, Kudus.
- Mun Yah Zahiroh. (2022). Peluang dan Tantangan Transformasi Digital UMKM di Indonesia Pasca Pandemi COVID-19.
- Alinni May Indry Saputri. (2024). Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM.
- Kania Kania, Angga Nadiyanto Prastian. (2024). Analisis Digital Marketing Pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Rumah Komunitas.
- Development Co-operation Report. (2020) : Learning from Crises, Building Resilience.
- International Trade Centre, (2023).
- World Trade Organization, (2018).
- Organization for Economic Co-operation and Development, 2020).