

Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Bisnis Digital Untuk Mendorong Inovasi Dan Keberlanjutan UMKM di Era Society 5.0

Apriandini Sri Dewi¹, Jhon Veri²

¹⁾ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Jalan Raya Lubuk Begalung, Padang, Sumatera Barat. II

Email: apriandinisridewi@gmail.com¹, jhon_very@upiypk.ac.id²

No Hp 082171699869

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*/AI) dalam bisnis digital untuk mendorong inovasi dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era Society 5.0. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan PRISMA untuk menelaah berbagai literatur ilmiah yang relevan dalam rentang waktu 2021–2025. Hasil analisis terhadap 97 studi yang lolos seleksi menunjukkan bahwa AI telah memberikan kontribusi signifikan dalam mempercepat transformasi digital UMKM, terutama dalam aspek inovasi produk, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran digital. Selain itu, AI berperan penting dalam mendukung UMKM agar tetap kompetitif dan adaptif terhadap dinamika pasar dan perkembangan teknologi. Studi ini menyimpulkan bahwa penerapan AI yang strategis dan berkelanjutan dapat menjadi katalisator utama dalam membangun UMKM yang lebih inovatif dan berdaya saing di tengah era digital. Rekomendasi kebijakan dan peningkatan kapasitas digital UMKM menjadi hal yang krusial dalam mengoptimalkan manfaat teknologi AI secara menyeluruh.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, UMKM, Bisnis Digital, *Society* 5.0, PRISMA.

ABSTRACT

This study aims to systematically examine the utilization of Artificial Intelligence (AI) in digital business to drive innovation and sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the era of Society 5.0. A Systematic Literature Review (SLR) method was employed using the PRISMA approach to analyze relevant scientific literature published between 2021 and 2025. Analysis of 97 selected studies reveals that AI has significantly contributed to accelerating MSME digital transformation, particularly in product innovation, operational efficiency, and digital marketing strategies. Furthermore, AI plays a crucial role in helping MSMEs remain competitive and adaptive to market dynamics and technological developments. The study concludes that strategic and sustainable implementation of AI can serve as a key catalyst in shaping more innovative and competitive MSMEs in the digital era. Policy recommendations and capacity building are essential to fully harness the potential of AI for MSME development.

Keywords: Artificial Intelligence, MSMEs, Digital Business, *Society* 5.0, PRISMA

Pendahuluan

Era digital merupakan suatu zaman yang sudah mengalami kondisi perkembangan kemajuan dalam ranah kehidupan ke arah yang serba digital (Zis et al., 2021). Hadirnya era digital mampu menjadikan kehidupan masyarakat menjadi lebih praktis dan juga modern dalam banyak aspek termasuk perekonomian (Tartila, 2022). Menurut penelitian gelombang ekonomi digital yang hadir dengan mendatangkan ekualitas peluang yang inklusif menjadi tantangan bagi industri untuk terus menghasilkan inovasi baru. Bukan hanya bagi industrial saja, para pelaku startup juga harus mampu bersaing dengan cara melakukan kolaborasi dan sinergi (Vania & Anwar, 2022).

Memasuki era Society 5.0, konsep yang diperkenalkan oleh pemerintah Jepang, manusia ditempatkan sebagai pusat dari inovasi berbasis teknologi untuk menciptakan masyarakat yang cerdas, berkelanjutan, dan berkeadilan. Pada era industri 5.0 saat ini, perkembangan teknologi dimanfaatkan untuk memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan manusia serta mempermudah dalam pekerjaan sehari-hari. Kemudahan dan kualitas yang ditawarkan oleh kemajuan Teknologi informasi menjadi nilai plus di masyarakat, karena beragam manfaat yang baik diberikan oleh teknologi kepada manusia, antara lain meningkatkan efisiensi dan produktivitas, mempercepat komunikasi dan penyebaran informasi (Marsella et al., 2023). Teknologi informasi dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data untuk menghasilkan informasi yang cepat dan akurat. Hal ini pun mengakibatkan dampak yang begitu besar bagi masyarakat, salah satunya yaitu perkembangan bisnis yang semakin maju. Kemajuan teknologi informasi yang berkelanjutan, seperti kecerdasan buatan (AI), membuka peluang baru yang menarik untuk menciptakan nilai bersama antar pelaku ekonomi dalam dunia bisnis (Anggraini dkk., 2020).

Kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) adalah sistem yang mempelajari bagaimana membuat komputer dapat berpikir, belajar, dan bertindak seperti manusia. Komputer dapat berpikir seperti halnya manusia dan komputer dapat membantu kita untuk memahami bagaimana manusia berpikir. Indonesia, sebagai negara yang beragam dan berkembang pesat, telah menyaksikan lonjakan signifikan dalam jumlah UMKM yang berkontribusi secara substansial terhadap perekonomiannya (Ardhiyansyah et al., 2021; Iskandar et al., n.d.; Supriandi, 2022). UMKM kini menghadapi persaingan yang semakin ketat, perubahan ekspektasi pelanggan, dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan dalam lanskap digital (Apriyanti & Yuvitasari, 2021; Supandi et al., 2022; Tambunan et al., 2021; Wardhani et al., 2023). Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk memahami bagaimana UMKM di Indonesia menerapkan strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan di era digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana AI telah dimanfaatkan dalam konteks UMKM, tantangan yang dihadapi, serta potensi strategis yang dimiliki dalam kerangka Society 5.0.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan menggunakan metode PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) guna Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Bisnis Digital Untuk Mendorong Inovasi Dan Keberlanjutan Umkm Di Era Society 5.0. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa wawasan ilmiah dan praktis yang bermanfaat bagi pelaku UMKM, akademisi, maupun pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi implementasi AI yang efektif dan berkelanjutan di tengah dinamika era digital yang terus berkembang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode *Systematic Literature Review* yang mengikuti panduan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Metode ini dipilih untuk memperoleh gambaran menyeluruh dan terstruktur mengenai Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Bisnis Digital Untuk Mendorong Inovasi Dan Keberlanjutan Umkm Di Era *Society* 5.0 dalam berbagai konteks. Pengumpulan data digunakan dengan mencari database secara online menggunakan *google scholar*, *semantic scholar*, dan *crossref*. *Systematic review* dibatasi hanya pada penelitian yang berbentuk artikel. Artikel yang digunakan adalah artikel yang merupakan riset yang telah dikaji dan diterbitkan dalam jurnal berbahasa Indonesia. Peneliti menggunakan Publish or Perish dan bantuan aplikasi lain seperti *Mendeley*, *VOSViewer*, *Covidence*, dan *Microsoft Excel* artikel yang terpilih untuk dianalisis secara deskriptif (Watajdid et al., 2021).

Tujuan utama dari *Systematic Literature Review* (SLR) adalah untuk menemukan dan mengevaluasi seluruh penelitian yang relevan terkait suatu topik tertentu, serta menyusun sintesis dari temuan-temuan tersebut secara terstruktur dan sistematis. Pendekatan ini dilakukan dengan mengikuti strategi pencarian yang telah ditentukan sebelumnya, menerapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang jelas, serta melakukan penilaian terhadap kualitas setiap studi yang dikaji (Usady, 2023).

Berdasarkan hasil tinjauan literature system untuk melakukan tinjauan terhadap penelitian ada beberapa tahap yang dilakukan yaitu (Sansone, Ghezzi, Landoni, & Rangone, 2024):

1. Tahap Pertama : *Planning* (Perencanaan)

Tahap awal ini berfokus pada persiapan dengan menentukan fokus atau topik utama yang akan diteliti. Langkah ini mencakup pemilihan isu yang relevan serta pengumpulan literatur pendukung yang akan dijadikan pijakan dalam proses kajian selanjutnya.

2. Tahap Kedua : *Conducting* (Pelaksanaan)

Pada tahap ini dilakukan pelaksanaan kajian literatur secara sistematis dengan mengumpulkan artikel-artikel ilmiah yang sesuai dengan topik penelitian. Selanjutnya, artikel-artikel tersebut dianalisis dan dibandingkan untuk mendapatkan temuan yang dapat menjawab pertanyaan penelitian (Research Question).

3. Tahap Ketiga : *Reporting* (Pelaporan)

Tahap akhir adalah menyusun hasil kajian dalam bentuk laporan ilmiah. Laporan ini dirancang untuk menyampaikan hasil analisis dengan jelas dan sistematis, serta memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian secara tepat berdasarkan buktibukti yang telah dikaji.

Dalam penelitian ini, judul artikel "Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Bisnis Digital Untuk Mendorong Inovasi Dan Keberlanjutan Umkm Di Era *Society* 5.0 (Kajian Sistematis Literatur Dengan Metode Prisma)" dipilih untuk menyoroti pentingnya peran kecerdasan buatan (AI) dalam mendorong UMKM agar mampu berinovasi dan membangun model bisnis yang berkelanjutan di tengah perkembangan yang pesat. Di era transformasi digital dan kemajuan teknologi yang masif, masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen teknologi, tetapi juga memiliki potensi besar sebagai pelaku usaha berbasis digital. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian literatur yang sistematis dengan menggunakan metode PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) guna menghimpun, menelaah, serta menyajikan temuan-temuan ilmiah yang

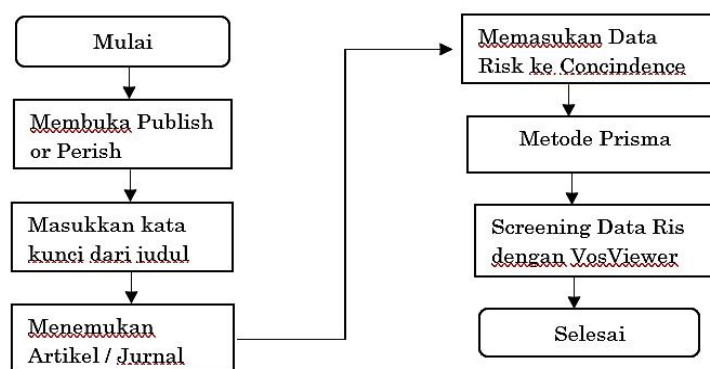
relevan terkait tren, tantangan, dan peluang dalam pengembangan UMKM berbasis digital. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam sebagai dasar perumusan strategi yang lebih tepat dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM di era Society 5.0. Research Question merupakan proses penentuan pertanyaan penelitian yang dibuat berdasarkan topik yang dipilih. Research Question yang dipakai ini adalah:

RQ1: Bagaimana tren pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis digital oleh UMKM di era Society 5.0 berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya?

RQ2: Bagaimana peluang pemanfaatan AI (kecerdasan buatan) dalam mendorong UMKM menjadi lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar?

Hasil dan Pembahasan

Langkah-langkah sistematis yang diambil dalam penelitian ini dapat dilihat melalui diagram alir pada gambar berikut:



Gambar 1. Diagram alir

Membuka Publish Or Pherish

Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi Publish or Perish, yaitu dengan memasukkan kata kunci (*keyword*) atau filter tertentu untuk mencari literatur yang relevan dengan topik penelitian :

a. *Utilization Of Artificial Intelligence In Digital Business*

Dalam proses formulasi pertanyaan penelitian maupun pencarian literatur, penggunaan *operator logika AND* berfungsi untuk mempersempit hasil pencarian, dengan memastikan bahwa seluruh istilah yang dikombinasikan harus muncul secara bersamaan dalam setiap artikel atau sumber yang ditemukan. Sebagai contoh, dalam penggunaan kata kunci “*Utilization of Artificial Intelligence in Digital Business*”, sistem pencarian hanya akan menampilkan artikel yang mengandung kedua frasa tersebut secara simultan, sehingga hasil yang diperoleh menjadi lebih spesifik dan relevan dengan fokus penelitian yang diangkat. Selain itu, penetapan kriteria inklusi dan eksklusi juga merupakan tahapan penting dalam metode *Systematic Literature Review* (SLR). Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa hanya literatur yang memenuhi syarat tertentu baik dari segi topik,

tahun publikasi, bahasa, maupun kualitas ilmiah yang disertakan dalam analisis, sehingga hasil tinjauan menjadi lebih valid dan dapat dipertanggung jawabkan secara akademik. Dalam penelitian ini, literatur yang diseleksi ditentukan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah dirumuskan secara sistematis untuk memastikan kesesuaian dengan fokus kajian, yaitu pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis digital UMKM di era Society 5.0.

b. Kriteria Inklusi

1. Artikel yang membahas secara langsung tentang pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam konteks UMKM atau bisnis digital.
2. Studi yang mengaitkan AI dengan inovasi, keberlanjutan, atau transformasi digital.
3. Artikel yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2021 hingga 2025, sesuai dengan perkembangan Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0.
4. Literatur yang berasal dari jurnal ilmiah, prosiding konferensi, atau laporan akademik yang telah melalui proses *peer-review*.
5. Artikel yang ditulis dalam bahasa Indonesia.

c. Kriteria Eksklusi

1. Artikel yang tidak secara eksplisit membahas AI dalam konteks bisnis digital atau UMKM.
2. Studi yang bersifat opini, editorial, atau non-akademik tanpa validitas ilmiah yang dapat diverifikasi.
3. Literatur yang duplikat atau memiliki konten yang tidak dapat diakses secara penuh (*full-text unavailable*).
4. Penelitian dengan metodologi yang tidak jelas atau tidak menyebutkan sumber data dan proses analisis secara terperinci.

Dengan menerapkan kriteria ini secara konsisten, proses seleksi literatur menjadi lebih objektif dan terarah, serta menghasilkan kumpulan data yang benar-benar relevan untuk dianalisis lebih lanjut dalam konteks kajian sistematis.

Tabel 1. data publisher dan tahun terbit 1

Data Publisher	2021	2022	2023	2024	2025	Grand total
Elsevier	30	11	19	4	0	64
Springer	15	5	2	4	0	26
books.google.com	1	1	0	5	7	14
journals.sagepub.com	5	0	0	5	3	13
iced.asia	0	0	0	3	0	3
emerald.com	3	2	2	0	0	7
Taylor & Francis	3	0	0	5	0	8
journals.aom.org	0	0	0	0	0	0
taylorfrancis.org	0	4	0	0	0	4
Wiley Online Library	6	6	4	5	0	21
mdpi.com	3	3	0	0	0	6
degruyter.com	0	0	0	0	0	0

Data Publisher	2021	2022	2023	2024	2025	Grand total
annureviews.org	0	0	0	0	0	0
igi-global.com	0	0	0	0	0	0
Allied Business Academies	0	4	4	0	0	8
att.patisi.or.id	0	0	0	0	0	0
eprints.upgris.ac.id	0	0	0	0	0	0
inderscienceonline.com	0	0	0	0	0	0
aeaweb.org	0	0	0	0	0	0
journals.uchicago.edu	0	0	0	0	0	0
amacpress.amaca2012.org	3	0	0	0	0	3
nber.org	3	0	0	0	0	3
revista.ufps.edu.co	0	0	0	0	0	0
ijtem.asia	0	0	0	0	0	0
nchr.elsevierpure.com	0	1	1	0	0	2
lainnya (total < 3 per publisher)	10	3	5	5	0	23
Grand Total	101	53	49	55	7	265

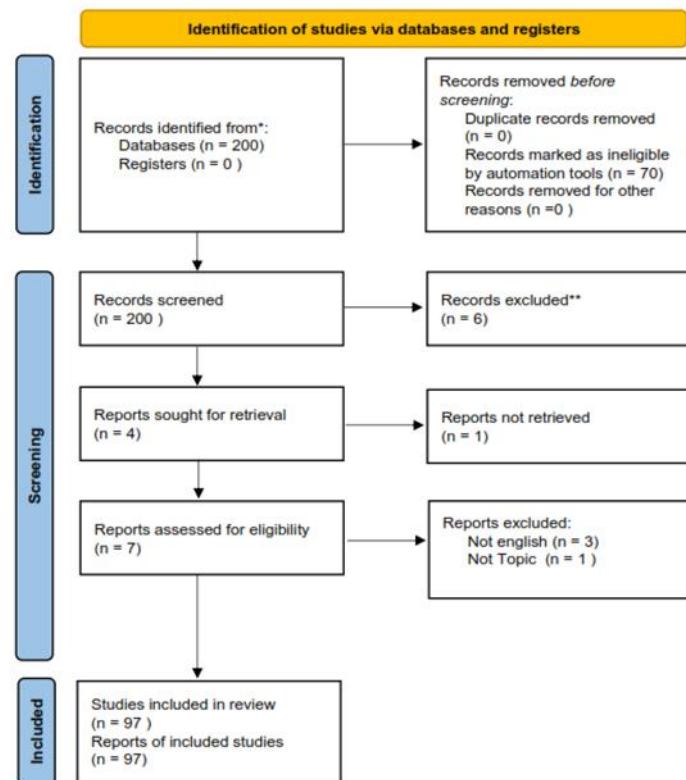
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh sebanyak 200 referensi metadata dari proses pencarian awal. Selanjutnya dilakukan tahap penyaringan (*screening*) untuk mengeliminasi data yang tidak relevan. Setelah proses pembuangan data, dilakukan tahap data extraction, di mana 200 referensi tersebut dimasukkan ke dalam *Covidence* untuk proses ekstraksi data secara sistematis dan pelacakan menggunakan diagram PRISMA. Proses ini ditampilkan pada Gambar 2.

Proses seleksi literatur dalam penelitian ini mengacu pada alur PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) guna menjamin kualitas serta relevansi studi yang disertakan dalam tinjauan sistematis. Prosedur ini terdiri dari empat tahapan utama, yaitu: identifikasi, penyaringan (*screening*), penilaian kelayakan (*eligibility*), dan inklusi.

Pada tahap identifikasi, diperoleh sebanyak 200 catatan (*records*) hasil pencarian dari berbagai basis data elektronik. Tidak ditemukan catatan tambahan dari sumber lain seperti registri atau repositori manual. Dari jumlah tersebut, 70 catatan secara otomatis dieliminasi oleh perangkat

lunak karena tidak relevan, dan tidak terdapat catatan duplikat maupun yang harus dihapus karena alasan lainnya.

Tahap berikutnya adalah penyaringan, di mana ke-200 catatan yang tersisa ditelaah berdasarkan judul dan abstrak. Hasilnya, 6 catatan dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria penyaringan awal. Dari proses ini, teridentifikasi 4 laporan (*reports*) yang berpotensi untuk dianalisis lebih lanjut. Namun demikian, hanya 1 laporan yang berhasil diakses secara penuh, sementara 1 laporan tidak dapat diakses, sehingga tidak dapat dilibatkan dalam tahap selanjutnya.



Gambar 2. Prisma ponvidence 1

Memasuki tahap penilaian kelayakan (*eligibility*), dilakukan evaluasi terhadap 7 laporan, di mana 3 di antaranya dikeluarkan karena alasan berikut: 1 laporan tidak menggunakan bahasa Inggris, dan 2 laporan tidak relevan dengan fokus topik penelitian.

Akhirnya, pada tahap inklusi, sebanyak 97 studi dinyatakan memenuhi kriteria dan dimasukkan dalam tinjauan sistematis ini. Seluruhnya berasal dari laporan yang sama, sehingga tidak terdapat laporan tambahan dari sumber lainnya.

RQ1: Bagaimana tren pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis digital oleh UMKM di era Society 5.0 berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya?

Tren pemanfaatan AI dalam bisnis digital UMKM menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, khususnya inovasi produk dan promosi digital.

Adapun penelitian terdahulu oleh Aysa, I. R., Nurfitriani, I., & Husna, M. (2024) AI digunakan oleh pelaku UMKM untuk melakukan riset pasar secara lebih akurat, seperti memprediksi tren, membaca preferensi konsumen, hingga membuat desain produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan bantuan AI, pelaku UMKM dapat mengidentifikasi produk yang potensial diminati dan mempersiapkan strategi produksi lebih efisien. Aplikasi seperti *Canva*, *remove.bg*, *Venngage*, dan *Lumen 5* telah menjadi alat bantu penting dalam menciptakan materi promosi visual seperti katalog foto produk dan konten videografi yang menarik. Hal ini mendorong percepatan proses inovasi produk serta peningkatan daya tarik pasar.

RQ2: Bagaimana peluang pemanfaatan AI dalam mendorong UMKM menjadi lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar?

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023), Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) memberikan peluang yang sangat besar bagi UMKM untuk menjadi lebih inovatif, adaptif, dan kompetitif dalam menghadapi dinamika teknologi serta perubahan kebutuhan pasar di era *Society 5.0*. AI memungkinkan pelaku UMKM untuk tetap relevan di tengah perubahan industri dengan memanfaatkan teknologi yang mendukung efisiensi operasional, strategi pemasaran digital, dan pengembangan inovasi produk. Dengan demikian, UMKM memiliki potensi untuk bersaing dengan perusahaan besar tanpa harus memiliki sumber daya yang sama. AI juga berperan sebagai katalisator penting dalam mendorong transformasi digital UMKM. Di era *Society 5.0*, ketika masyarakat hidup berdampingan dengan teknologi, peluang untuk membangun bisnis digital terbuka luas, bahkan bagi pelaku usaha berskala kecil. Secara keseluruhan, potensi pemanfaatan AI dalam konteks UMKM sangat menjanjikan. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat kemampuan adaptasi, mempercepat proses inovasi produk, serta memperluas jangkauan pasar. Namun demikian, keberhasilan implementasi AI sangat bergantung pada kesiapan pelaku UMKM dalam menerima perubahan serta mengembangkan kapabilitas digital secara berkelanjutan.

Simpulan

Penelitian ini telah melakukan kajian sistematis terhadap Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Bisnis Digital Untuk Mendorong Inovasi Dan Keberlanjutan Umkm Di Era *Society* dengan menggunakan metode PRISMA. Berdasarkan hasil pencarian dan seleksi literatur dari 200 referensi awal, sebanyak 97 studi dinyatakan layak dan dianalisis lebih lanjut. Temuan utama menunjukkan bahwa penerapan AI oleh UMKM semakin berkembang dalam berbagai aspek operasional seperti layanan pelanggan, otomatisasi pemasaran, manajemen inventori, hingga analisis prediktif. Adopsi teknologi seperti chatbot, sistem rekomendasi, dan platform data analytics menjadi bagian dari transformasi digital yang memperkuat daya saing UMKM di tengah perubahan pasar yang cepat dan dinamis. Tren pemanfaatan AI juga memperlihatkan peluang besar dalam mempercepat proses inovasi dan adaptasi terhadap teknologi baru. Dengan dukungan AI, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas, tetapi juga mampu menciptakan produk atau layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini selaras dengan tujuan *Society 5.0* yang menempatkan manusia sebagai pusat inovasi teknologi demi mencapai kesejahteraan dan keberlanjutan. Secara keseluruhan, AI berperan sebagai katalisator penting dalam transformasi UMKM menuju entitas bisnis yang lebih inovatif, adaptif, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang mendukung dan strategi penerapan AI yang terintegrasi agar UMKM dapat mengoptimalkan potensi teknologi ini secara maksimal.

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia*.
- Aysa, I. R., Nurfitriani, I., & Husna, M. (2024). *Peran Artificial Intelligence dalam Pengembangan UMKM di Era Digital*.
- Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023) *Peluang bisnis digital di Indonesia pada era Society 5.0*.
- Marsella, M., Wijaya, C. S., Wijaya, I., Shidqi, M. T., & Novita, D. (2022). *Analisis implementasi artificial intelligence untuk bisnis: Systematic literature review*.
- Mubarak, R. (2020). *implementasi artificial intelligence dalam proses industri manufaktur otomotif*.
- Olivia, L. F., Veri, J., Putra, U., & Yptk, I. (2024). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*.
- Tartila, M., & Asmuni. (2022). *Strategi industri perbankan syariah dalam menghadapi era digital*.
- Usady, H. (2023). *Tantangan, Faktor dan Strategi dalam Penerapan E-Commerce: Systematic Literature Review. Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa) 2023, November*
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh. (2021). *Systematic Literature Review: Peran Media Sosial terhadap Perkembangan Digital Marketing*.
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). *Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature)*.