



Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM

Sadrakh Zefanya Putra

Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Shasabila Titanie Harianto

Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Yabes Christian Matondang

Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi penulis: 22082010093@student.upnjatim.ac.id, 22082010091@student.upnjatim.ac.id,
22082010130@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *In this modern era, we can find the influence of technology on every line of life. One form of technology that we often encounter is e-commerce. E-commerce emerged as a form of progress from buying and selling places that we usually call markets. This e-commerce has many advantages that we cannot find when we are in conventional markets. Therefore, most people who act as consumers choose e-commerce over visiting conventional markets. However, the emergence of e-commerce will have an impact on MSMEs. MSMEs that stand as community small businesses can experience fluctuations in dynamic changes in economic growth. Therefore, this research will be carried out. The research method to be carried out is to use the Systematic Literature Review (SLR). By using journal references and research that has been done, decisions will be made in accordance with the issues raised. This research itself was conducted with the aim of: 1) Seeking influence from e-commerce which has a big impact on MSMEs and 2) Finding solutions that are beneficial to both parties.*

Keywords: *e-commerce, MSMEs, Systematic Literature Review.*

Abstrak. Pada era modern ini, kita dapat menemui pengaruh teknologi pada setiap lini kehidupan. Salah satu bentuk teknologi yang sering kita jumpai adalah *e-commerce*. E-commerce muncul sebagai bentuk kemajuan dari tempat jual beli yang biasanya kita panggil sebagai pasar. E-commerce ini memiliki banyak keunggulan yang tidak dapat kita temui saat kita berada di pasar konvensional. Oleh karena itu, sebagian besar orang yang bertindak sebagai konsumen memilih *e-commerce* dibandingkan mengunjungi pasar konvensional. Namun, dengan munculnya *e-commerce* akan berdampak pada UMKM. UMKM yang berdiri sebagai usaha kecil masyarakat dapat mengalami fluktuasi perubahan yang dinamis pada pertumbuhan ekonomi. Maka dari hal tersebut, penelitian ini akan dilakukan. Metode penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan *Systematic Literature Review* (SLR). Dengan menggunakan acuan jurnal dan penelitian yang telah dilakukannya, akan dilakukan pengambilan keputusan yang sesuai dengan masalah yang diangkat. Penelitian ini sendiri dilakukan bertujuan untuk: 1) Mencari pengaruh dari *e-commerce* yang berdampak besar bagi UMKM dan 2) Menemukan solusi yang dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Received April 03, 2023; Revised Mei 01, 2023; Accepted Juni 20, 2023

* Sadrakh Zefanya Putra, 22082010093@student.upnjatim.ac.id

Kata Kunci: *e-commerce, UMKM, Systematic Literature Review.*

LATAR BELAKANG

Pada era modern, banyak bermunculan inovasi teknologi yang cukup mengejutkan banyak orang. Sebagian besar dari teknologi tersebut sangat berpengaruh di setiap sektor kehidupan manusia. Salah satunya adalah e-commerce. E-commerce adalah suatu bentuk marketplace yang tidak memiliki bentuk fisik. Semua dilakukan dengan cara online.

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam bentuk e-commerce, telah mengubah secara signifikan dunia bisnis. E-commerce memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar. Belakangan ini, perhatian terhadap peran e-commerce dalam pertumbuhan ekonomi UMKM semakin meningkat.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menginvestigasi hubungan antara penggunaan e-commerce dan pertumbuhan ekonomi UMKM. Sebagai contoh, dalam penelitian oleh Chen dan Tseng (2018), mereka menemukan bahwa adopsi e-commerce berdampak positif terhadap pertumbuhan penjualan dan laba UMKM di Taiwan. Studi lain oleh Oramah dan Ahunwan (2019) di Nigeria juga mengindikasikan bahwa e-commerce dapat meningkatkan akses pasar, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan daya saing UMKM. Namun, tidak semua penelitian sejalan dalam menunjukkan dampak positif e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Sebagai contoh, penelitian oleh Ali, Irani, dan Abdollahian (2017) di Iran menemukan bahwa UMKM yang menggunakan e-commerce mengalami penurunan pertumbuhan. Mereka berpendapat bahwa keterbatasan keahlian teknologi, akses terhadap modal, dan kurangnya infrastruktur yang memadai dapat menjadi hambatan bagi pertumbuhan UMKM.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, dengan memberikan kontribusi besar terhadap lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, meskipun potensi besar e-commerce, tingkat adopsi e-commerce di kalangan UMKM di Indonesia masih rendah. Oleh karena itu, diperlukan penelitian

yang lebih mendalam untuk menganalisis pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Indonesia melalui studi literatur. Dengan menggabungkan temuan dan perspektif dari penelitian sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan dan panduan bagi pemerintah, asosiasi UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong adopsi e-commerce yang lebih luas dan efektif di kalangan UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) yang merupakan pendekatan sistematis untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan berdasarkan bidang topik atau kata kunci yang relevan dengan penelitian ini. Dengan menggunakan metode ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi, meninjau, dan mengevaluasi semua studi kasus yang relevan dan sesuai untuk memberikan jawaban yang komprehensif terhadap serangkaian pertanyaan penelitian yang diajukan. Pendekatan sistematis dalam tinjauan literatur ini memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk memastikan bahwa sumber-sumber yang relevan dieksplorasi secara menyeluruh dalam rangka mendukung tujuan penelitian. Selain itu, hasil dari penelitian akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hal ini berarti semua hasil penelitian dari analisis yang telah dilakukan akan disajikan dengan kalimat deskriptif yang berfokus secara kualitatif.

Penelitian ini menerapkan metode sistematis tinjauan literatur untuk melakukan analisis menyeluruh terkait dampak munculnya e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis mengumpulkan dan menganalisis sumber-sumber yang terpercaya yang telah dipublikasikan, seperti jurnal ilmiah, konferensi, dan buku-buku yang terkait dengan bidang manajemen proyek. Dengan menggunakan metode ini, penelitian dapat menyajikan pemahaman yang komprehensif mengenai peran manajer proyek dalam konteks proyek-proyek yang kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada poin ini, terdapat pembahasan tentang literatur penelitian dengan menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Dari metodologi tersebut, diperoleh beberapa paper hasil dari analisis yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut merupakan 16 paper yang telah dianalisis:

Tabel .1 Paper yang telah dianalisis

No	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM (2023).	Wilson Wijaya dan Oey Hannes Widjaya	Metode Kuantitatif	Pada paper ini, penulis membahas terkait dampak dari e-commerce terhadap kinerja UMKM. Penulis menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif. Dan hasil dari penelitiannya adalah bahwa e-commerce memiliki dampak yang positif.
2.	Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Sumbawa) (2019).	Nanda Tiandra., et. al.	Deskriptif dengan Pendekatan Kuantitatif	Penulis pada paper ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Dengan bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap kinerja UMKM. Hasilnya adalah e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap UMKM, tetapi masih bisa dijadikan sebagai jalan alternatif.
3.	Analisis Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Desa Pleret, Bantul (2021).	Zulfatun Ruscitasari., et. al.	Deskriptif Eksploratif	Pada penelitian ini, penulis memiliki tujuan untuk melihat kesiapan UMKM pada Desa Pleret, Bantul dari beberapa faktor dan pengaruh e-commerce dalam penerapannya, Hasilnya adalah bahwa dari faktor yang ada di dalam paper, Desa Pleret mampu memenuhinya dan juga e-commerce memiliki pengaruh yang bagus disana.

4.	Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Makassar (2022).	Rezki Arianty Akob., et. al.	Deskriptif dengan Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, hasilnya adalah penggunaan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Dilihat dari estimasi model yang menunjukkan bahwa tingkat signifikansi adalah sebesar 0.000 berada di bawah 0.05. Selain itu, tidak semua UMKM mempunyai kapabilitas dalam menggunakan dan memanfaatkan E-commerce secara maksimal.
5.	Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan	Riska Julianti Ade Lismula	Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat solusi bagi dampak e-commerce pada UMKM, tidak peduli positif atau negatif, dengan cara yang benar dikarenakan e-commerce yang
	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat (2022).			berdampak besar pada pasar termasuk UMKM.
6.	Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah (2023).	Rusdi., et. al	Penelitian Asosiatif dengan Pendekatan Kuantitatif.	Hasil penelitian ini adalah e-commerce tidak berpengaruh terhadap UMKM Tenun di Lombok Tengah. Hal ini dikarenakan masih banyaknya UMKM yang tidak menggunakan layanan e-commerce tersebut.

7.	Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat) (2019).	Dini Setyorini., et. al.	Penelitian Kuantitatif	Dari hasil penelitian berikut dikatakan bahwa statistik yang dihitung memiliki hubungan erat dengan vitalnya e-commerce bagi UMKM yaitu mempunyai hubungan yang saling terkait.
8.	Pengaruh E-commerce dalam Memajukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Binjai Tahun 2022 (2023).	Antin Kurnyasih dan Muhammad Syahbudi	Penelitian Kuantitatif	Penerapan e-commerce memiliki dampak yang signifikan terhadap promosi usaha kecil dan menengah di Kota Binjai. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil analisis uji-t dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel implementasi e-commerce memberikan kontribusi yang signifikan, sebagaimana tercermin dari nilai R-squared sebesar 18,2%.
9.	Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Memperkuat Orientasi Kewirausahaan	Ramadhian Agus Triono Sudalyo., et. al.	Deskriptif Kuantitatif	Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Surakarta, sementara Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh signifikan. Pemanfaatan teknologi e-commerce memperkuat pengaruh orientasi
	dan Customer Relationship Management Terhadap Kinerja UMKM Di Surabaya (2022).			kewirausahaan dan CRM terhadap kinerja UMKM di Surakarta, menjadikan penerapan e-commerce sebagai faktor penting dalam meningkatkan pengaruh tersebut.

10.	Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak (2019).	Amanda Mastisia Rakanita	Deskriptif dengan Analisis Kualitatif	Pemanfaatan e-commerce oleh UMKM di Desa Karang Sari memberikan dampak signifikan pada usaha mereka. Dampak positif, seperti: (1) peningkatan pendapatan, (2) jangkauan pemasaran yang lebih luas, (3) penghematan biaya, (4) penambahan relasi bisnis, dan (5) kemudahan dalam bertransaksi. Dampak negatif yang dirasakan, seperti: (1) persaingan yang semakin ketat akibat jangkauan pemasaran yang lebih luas dan global, (2) risiko penjiplakan ide dan produk, serta (3) meningkatnya risiko penipuan dan kecurangan.
11.	Kajian Studi Literatur: Pelatihan Untuk Pengembangan Karyawan UMKM (2023).	Muhammad Saifur Rijal dan Sopiiah	Systematic Literature Review (SLR)	Pelatihan karyawan adalah salah satu cara atau metode yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM dan memberi manfaat yang besar
12.	Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review (2022).	Bernadeth Y. Priskilla Simangunsong	Systematic Literature Review (SLR)	Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan e-commerce untuk mengembangkan bisnis secara online, membuka akses pasar yang lebih luas, dan meningkatkan status bisnis mereka. Marketplace memberikan kenyamanan bagi konsumen dan perubahan perilaku konsumen memberikan peluang pasar bagi UMKM.
13.	Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan Keuntungan UMKM : Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR) (2022).	Ashr Hafiizh Tantri., et. al.	Systematic Literature Review (SLR)	Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berdampak positif terhadap keuntungan UMKM, termasuk keuntungan dari segi finansial dan perspektif pelanggan. Namun, belum ada literatur ilmiah yang mengungkapkan dampak penggunaan Instagram terhadap keuntungan dalam perspektif learning and growth.

14.	Kajian Review Artikel : Peran	Aliya FFB Wahdah.,	Systematic Literature	Pemanfaatan e-commerce memberikan kontribusi signifikan dalam mempercepat
	E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan (2023).	et. al.	Review (SLR)	pertumbuhan bisnis pengusaha. E-commerce menawarkan berbagai manfaat yang dapat membantu pengusaha, seperti kemudahan dalam komunikasi dan pemasaran. Selain itu, e-commerce juga memungkinkan pengusaha untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil dan mengoptimalkan penggunaan waktu secara efisien.
15.	Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review (2022).	Sankist Herdiyani., et. al.	Penelitian Kualitatif	Media sosial memiliki berbagai peranan terhadap suatu UMKM. Peranan tersebut, seperti sarana pengembangan bisnis, meningkatkan kepercayaan pembeli, dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
16.	Systematic Literature Review the Role of E-Commerce in Reog Ponorogo Art Crafters (2021).	Haryadi Sarjono., et. al.	Systematic Literature Review (SLR)	Penerapan e-commerce memberikan dampak positif dalam bidang ekonomi, terutama bagi pengrajin Reog Ponorogo. E-commerce memungkinkan promosi produk UKM Reog Ponorogo yang lebih luas dan dapat meningkatkan produktivitas produksi mereka. Dengan mengadopsi sistem e-commerce, UMKM dapat melakukan pemasaran dengan jangkauan yang tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Komunikasi antara pengelola UMKM dan konsumen dapat dilakukan secara cepat dan cost-effective melalui internet.

Setelah dilakukan analisis, berikut merupakan jawaban dari pertanyaan yang telah dibuat yang diambil dari hasil analisis literatur di atas:

RQ1. Apa saja dampak positif dari e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM?

Dampak positif dari e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM sangatlah banyak. Berikut merupakan yang telah disimpulkan dari hasil analisis literatur:

Dapat meningkatkan pendapatan. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya pengguna e-commerce di Indonesia dan akan terus bertumbuh. Jika UMKM mampu untuk memenuhi faktor untuk menggunakan e-commerce, maka pendapatan akan dapat meningkat.

Jangkauan pemasaran yang luas. Jangkauan pasar yang mampu dicapai oleh e-commerce dapat lebih besar dibandingkan dengan pasar tradisional biasa. Hal ini dikarenakan e-commerce yang sangat universal dan dapat diakses dimana saja dan siapa saja.

Penghematan biaya. E-commerce sendiri tidak mempunyai tempat fisik yang dapat terlihat. E-commerce telah berbasis secara online. Dikarenakan hal tersebut, orang-orang yang ingin membeli barang tidak perlu repot untuk mengunjungi tempat membeli barang yang diinginkan.

Kemudahan dalam bertransaksi. Hal tersebut dikarenakan e-commerce yang bersifat fleksibel dan relevan oleh perkembangan teknologi yang pesat.

RQ2. Apa saja dampak negatif dari e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM?

Selain memiliki dampak positif, e-commerce juga mempunyai dampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Berikut merupakan yang telah disimpulkan dari hasil analisis literatur:

Persaingan yang ketat. Dikarenakan pada zaman modern ini, telah banyak usaha atau bisnis yang menggunakan e-commerce sebagai landasan tempat berbisnis. Hal ini berakibat sulitnya berkompetisi dengan penjual yang telah mendapatkan pembeli yang loyal.

Pencurian ide dan barang. Pada zaman kemajuan teknologi apapun bisa terlihat oleh semua orang secara bebas. Tidak terkecuali dengan informasi yang bersifat pribadi dapat terungkap. Dengan hal tersebut, cukup sulit bagi penjual yang baru saja ingin merintis bisnis.

Penipuan dan kecurangan. Jika sebelum masuknya e-commerce sudah terdapat pencuri dan kejahatan. Pada e-commerce, hal tersebut tidak semata-merta menghilang. Malah bisa dibilang semakin memburuk. Dengan dikebangkannya trik dan tipu daya muslihat baru yang beradaptasi pada kemajuan teknologi, kita semakin sulit membedakan antara pengguna asli dengan penipu ulung.

RQ3. Bagaimana solusi yang disertakan di dalam penelitian?

Terdapat banyak solusi yang telah disampaikan oleh penulis di beberapa penelitian yang telah dianalisis. Berikut adalah beberapa solusi yang cukup krusial dilakukan guna mengatasi dampak dan permasalahan yang timbul akibat munculnya e-commerce terhadap UMKM:

Bagi Pemerintah dan pemangku kebijakan sebaiknya menyelenggarakan pelatihan penggunaan e-commerce bagi UMKM agar mereka dapat menggunakan dan memanfaatkannya dengan bijaksana dan optimal. Selain itu, diperlukan perhatian khusus terhadap peningkatan jangkauan jaringan internet di daerah terpencil.

Bagi UMKM, diharapkan agar lebih aktif dan terbuka dalam mengadopsi e-commerce. Mereka juga disarankan untuk memperhatikan kualitas produk agar tetap dikenal dengan baik oleh pembeli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian literatur menggunakan metode Systematic Literature Review yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa e-commerce memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penggunaan e-commerce dapat memberikan dampak positif pada umkm seperti meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan pemasaran, penghematan biaya karena tidak memerlukan toko fisik, dan juga dapat memudahkan UMKM maupun pembeli dalam melakukan transaksi. Tidak hanya menimbulkan dampak positif, penggunaan e-commerce oleh pelaku UMKM juga dapat memberikan dampak

buruk seperti memperketat persaingan karena jangkauan e-commerce yang luas, munculnya pelaku pencurian ide dan barang karena dapat diakses bebas oleh masyarakat luas secara mudah, dan juga munculnya penipuan dan kecurangan yang dapat berkembang akibat bantuan dari perkembangan teknologi. Adapun solusi yang dapat dilakukan pemerintah untuk menghadapi dampak dan permasalahan yang muncul akibat penggunaan e-commerce yaitu dengan membuat forum pelatihan penggunaan e-commerce bagi UMKM agar pelaku UMKM dapat menggunakan e-commerce dengan baik dan optimal. Selain itu, solusi yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM yaitu dengan lebih terbuka akan perkembangan teknologi terutama penggunaan e-commerce agar dapat terus mengikuti perkembangan.

DAFTAR REFERENSI

- Wijaya, W., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 84-93.
- Triandra, N., Hambali, D., & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1).
- Ruscitasari, Z., Kamal, T., & Pratiwi, N. (2021). Analisis Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Umkm Desa Pleret. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 4(2), 63-72.
- Arianty, R., Kausar, A., Dauda, P., Katti, S. W. B., & Qur'ani, B. (2022). ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA MAKASSAR). *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 1(2), 174-181.
- Lismula, R. J. A. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107-118.
- Rusdi, R., Armiani, A., & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah:-. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 169-177.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501-509.
- Kurnyasih, A., & Syahbudi, M. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Memajukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Binjai Tahun 2022. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 291-300.
- Sudalyo, R. A. T., Prasetyaningrum, N. E., & Kusanti, J. (2022). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Memperkuat Orientasi Kewirausahaan Dan Customer Relationship Management Terhadap Kinerja Umkm Di Surakarta.
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Journal EKBIS*, 20(2), 1280-1289
- Rijal, M. S., & Sopiah, S. (2023). Kajian Studi Literatur: Pelatihan Untuk Pengembangan Karyawan UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 645-656.
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *JUREKA*, 1(1).

- Tantri, A. H., Rizkiadi, R., & Dina, D. F. M. (2022, September). Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan Keuntungan UMKM: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR). In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 6, pp. 3366-3377).
- Wahdah, A. F. F., Poppy, E., Lusianto, K., Novita, R., Arum, V., & Candra, R. (2023). KAJIAN REVIEW ARTIKEL: PERAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN. *AMMER: JOURNAL OF ACADEMIC & MULTIDICIPLINE RESEARCH*, 2(03), 14-21
- Herdayani, S., Barkah, C. S. A., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103-121
- Sarjono, H., Trianti, R., & Yohanes H. (2021). Systematic Literature Review the Role of E-Commerce in Reog Ponorogo Art Crafters.
- Magaji, S., & Andrew, A. A. (2016). Analysis of the Contribution of Tax to Government Revenue in Nigeria (1980-2014). *SOCIAL SCIENCES & LAW*.
- Handayani, W. P. (2017). Systematic Review dengan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses). In *Workshop Riset Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer UI*, Vol.1(3).