

KETAHANAN UMKM BERBASIS DIGITAL STUDI PADA UMKM DI SEKTOR E-COMMERCE

Author: Andrias Tri Nugroho¹, Nikmatullah², Restu Adiyasa³, Oki Iqbal Khair ⁴

Universitas Pamulang¹⁻⁴

E-mail: Boegrex.sch@gmail.com¹, kanjengdoso271199@gmail.com², restuadiyasha@gmail.com³, dosen01801@unpam.ac.id⁴

Abstract

Digital transformation has significantly impacted the sustainability and growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, particularly in the e-commerce sector. This study aims to analyze the factors influencing the digital-based resilience of MSMEs through a comprehensive document review of recent academic journals and sources from 2021 to 2025. The findings indicate that the success of MSME digitalization heavily depends on technological infrastructure, digital literacy, and digital financial management. Adequate infrastructure and training in digital literacy serve as fundamental elements that determine the level of information technology adoption among MSME actors. Furthermore, the integration of digital financial systems, such as Android-based bookkeeping applications, enhances operational efficiency and business accountability, thereby contributing to business resilience. Digital marketing strategies through social media, e-commerce platforms, and websites have proven effective in broadening market reach and significantly increasing MSME turnover, even amidst pandemic conditions and global disruptions. The study also emphasizes that digital transformation success is not solely technological but also requires investment in human resource development and ongoing mentoring. A holistic MSME resilience model based on digitalization must incorporate infrastructure, digital literacy, digital financial management, and adaptive marketing strategies to improve MSME durability and competitiveness in the digital

Article history

Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

era. This comprehensive approach highlights the importance of integrating multiple elements to strengthen MSMEs' resilience in facing digital era challenges.

Keyword: *MSMEs digitalization, business resilience, digital marketing*

Abstrak

Transformasi digital telah membawa dampak besar terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia, khususnya di sektor e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan UMKM berbasis digital melalui studi dokumentasi yang komprehensif dari berbagai jurnal dan sumber ilmiah terbaru antara tahun 2021 hingga 2025. Hasil studi menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh infrastruktur teknologi, literasi digital, serta pengelolaan keuangan digital. Infrastruktur yang memadai dan pelatihan literasi teknologi menjadi dasar utama yang menentukan tingkat adopsi teknologi informasi di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, pengintegrasian sistem keuangan digital seperti aplikasi pencatatan keuangan berbasis Android meningkatkan efisiensi operasional dan akuntabilitas usaha, yang berkontribusi pada ketahanan bisnis. Strategi pemasaran digital melalui media sosial, e-commerce, dan website, terbukti mampu memperluas pasar dan meningkatkan omset UMKM secara signifikan, bahkan selama masa pandemi dan disrupsi global. Studi ini juga menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga investasi dalam pengembangan sumber daya manusia dan pendampingan berkelanjutan. Model ketahanan UMKM berbasis digital harus mengintegrasikan aspek infrastruktur, literasi, keuangan digital, dan strategi pemasaran yang adaptif agar dapat meningkatkan daya tahan dan daya saing UMKM di era digital. Harvardsasi ini

memberi gambaran pentingnya pendekatan holistik untuk memperkuat ketahanan UMKM dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata Kunci : Digitalisasi UMKM, ketahanan bisnis, pemasaran digital

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital dalam UMKM telah mengubah wajah ekonomi digital Indonesia. Artanto et al. (2022), mengungkapkan bahwa lebih dari 10 juta UMKM telah memanfaatkan media online sejak 2020, namun hanya sekitar 16 % yang benar-benar mengoptimalkan perangkat digital untuk pemasaran yang strategis. Data Badan Pusat Statistik Tahun 2023 menegaskan bahwa industri *e-commerce* berkembang pesat dengan transaksi mencapai Rp 800 triliun, tumbuh sekitar 30% per tahun. Walaupun begitu, sebanyak 25 % UMKM masih belum terintegrasi digital secara menyeluruh, menunjukkan adanya gap antara akses teknologi dan pemanfaatannya secara efektif. Dalam studi internasional, Handayati et al. (2024), menunjukkan bahwa pengetahuan ICT dan motivasi intrinsik secara signifikan mempengaruhi adopsi *e-commerce* dan performa usaha mikro. Selain itu, Stewart et al. (2021), menyoroti bahwa layanan *e-payment* dan *e-commerce* telah meningkatkan kinerja rantai pasok dan mendorong inovasi terbuka di UMKM Indonesia. Fakta ini menunjukkan bahwa ketahanan UMKM di era ekonomi digital sangat bergantung pada kesiapan mereka dalam mengadopsi teknologi digital secara menyeluruh dan strategis (Agustin et al., 2023).

Meskipun potensi transformasi digital besar, Angraini et al. (2024) menyoroti sejumlah hambatan yang signifikan seperti rendahnya infrastruktur ICT di daerah, literasi digital yang belum merata, serta keterbatasan akses modal untuk digitalisasi. Hal ini sejalan dengan Banjarnahor et al. (2023) yang menekankan pentingnya pendampingan digital dalam tiga tahap (kompetensi, digitalisasi, inovasi) agar transformasi dapat berjalan efektif. Di kota Medan, Saragih et al. (2025) berhasil meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar UMKM melalui aplikasi manajemen stok dan digital marketing. Namun, Rahmawati & Nahartyo (2023) menemukan bahwa tanpa investasi berkelanjutan dalam SDM dan pelatihan teknis, upaya digitalisasi tidak cukup efektif untuk memperkuat ketahanan UMKM. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital bukan sekadar teknologi, melainkan juga investasi pada aspek manusia dan proses pendampingan yang sistematis.

Berbagai penelitian membuktikan efektivitas strategi digital dalam meningkatkan ketahanan UMKM. Safitri et al.(2025), mencatat bahwa penggunaan aplikasi keuangan digital seperti BukuWarung

meningkatkan efisiensi laporan transaksi, transparansi, dan kepatuhan pajak pelaku UMKM kuliner di Medan. Mulyani et al. (2024) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan pelatihan pencatatan digital meningkatkan akurasi keuangan. Di sisi pemasaran, studi dari Fikri et al. (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan *Google Maps* dan aplikasi pembukuan digital mampu meningkatkan visibilitas, brand awareness, dan traffic konsumen lokal. Sementara Saragih et al. (2025), melaporkan bahwa aplikasi manajemen stok dan digital marketing terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan pangsa pasar. Kombinasi antara teknologi, pelatihan, dan dukungan pendampingan, seperti pada “digital *empowerment* program” yang diulas Agustin et al. (2023), menegaskan bahwa aspek teknologi tidak terlepas dari pelatihan dan keberlanjutan dukungan.

Beberapa studi internasional memberikan landasan teoritis kuat bagi ketahanan UMKM digital. Ahmed et al. (2022) merumuskan model digital transformation sebagai fondasi *resilience* UMKM di masa pandemi. Teoh & Cheah (2025) menegaskan bahwa digitalisasi meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi gangguan operasional dengan lebih lincah. Khurana et al. (2022) mendefinisikan *resilience* sebagai *dynamic capability*, yang diperkuat melalui *digital orientation*, *digital capability*, dan *collaborative ecosystem*. Inovasi model bisnis juga merupakan kunci pertumbuhan resilient di pasar internasional. Penelitian oleh Lestari et al. (2024), menunjukkan bahwa adopsi teknologi secara signifikan memoderasi dampak pandemi terhadap ketahanan bisnis. Dengan demikian, studi ini memberikan validasi global bahwa digitalisasi adalah pendorong utama ketahanan UMKM dalam berbagai kondisi eksternal, termasuk pandemi atau krisis ekonomi.

Berdasarkan landasan empiris serta teori di atas, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model ketahanan digital UMKM sektor *e-commerce* yang holistik dan kontekstual untuk Indonesia. Studi ini mengisi gap literatur dengan menggabungkan aspek teknologi, SDM, proses bisnis, dan ekosistem digital sebuah kombinasi sempurna untuk menghadapi tantangan masa depan. Instrumen seperti pelatihan digital untuk SDM, sistem manajemen keuangan digital, integrasi *marketplace plus e-payment*, serta dukungan kebijakan pemerintah dan kemitraan ekosistem, menjadi pilar utama dalam model yang diusulkan (Kilay et al., 2022). Rekomendasi kebijakannya yaitu, peningkatan akses infrastruktur digital di daerah tertinggal, jalur pembiayaan mudah untuk UMKM digital, serta program pendampingan berkelanjutan lintas sektor (perbankan, teknologi, perguruan tinggi. Implementasi model ini diharapkan dapat meningkatkan persentase UMKM yang resilient menjadi pelaku ekonomi kreatif yang tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dalam era digital dan disrupsi global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menitikberatkan pada makna, konteks, dan interpretasi terhadap data yang dikumpulkan (Fiantika et al., 2020). Penelitian kualitatif tidak berfokus pada angka, melainkan pada narasi, dokumen, dan deskripsi yang dapat menggambarkan secara utuh suatu peristiwa atau kondisi. Dalam studi ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan menganalisis isi dari berbagai sumber ilmiah seperti jurnal nasional dan internasional yang relevan dan terbit pada kurun waktu 2021–2025. Jurnal-jurnal yang ditelaah mencakup hasil penelitian tentang digitalisasi UMKM, strategi ketahanan bisnis, *e-commerce*, dan model inovasi berbasis teknologi yang diterapkan oleh pelaku UMKM di berbagai negara. Dokumen yang dikaji dipilih secara purposive, yaitu hanya jurnal yang terbukti relevan secara isi, terbit di jurnal bereputasi, dan memberikan kontribusi teoritik maupun praktis terhadap topik ketahanan UMKM berbasis digital. Data yang diperoleh dari hasil studi dokumentasi tersebut dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*), yang mencakup proses reduksi data, kategorisasi tematik, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola temuan yang konsisten. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman konseptual yang mendalam dan landasan teori yang kuat untuk merumuskan model ketahanan UMKM dalam konteks transformasi digital *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak Penguatan Infrastruktur Digital dan Literasi Teknologi

Temuan oleh Krisnaresanti et al. (2022) menyebut bahwa banyak UMKM mampu masuk ke *e-commerce*, tetapi belum terintegrasi penuh digitalnya. Dari studi nasional, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat lonjakan UMKM terdigitalisasi dari 7 juta tahun 2020 menjadi 20,76 juta pada 2022, dan proyeksi 30 juta startup digital pada 2024. Namun, dari survei INDEF, hanya 34,65 % pelaku UMKM menyadari pelatihan digital dari platform *e-commerce* besar seperti Shopee dan Tokopedia, dan hanya 56,3 - 47,6 % mereka menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai kanal utama penjualan .

Secara kuantitatif, transformasi digital terbukti mendorong stabilitas keuangan UMKM di Palopo, dimana UMKM yang telah menerapkan media sosial dan *e-commerce* melaporkan peningkatan efisiensi operasional, pemasaran, dan visibilitas usaha (Sahrir & Sunusi, 2024). Namun, infrastruktur belum sepenuhnya merata. Menurut Kementrian Koperasi dan UMKM, sekitar 65 % UMKM luar Jawa masih kesulitan akses internet stabil, menciptakan kesenjangan digital yang signifikan.

Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar peningkatan jumlah UMKM di platform online, tetapi juga kualitas akses dan literasi teknologi. Model ketahanan UMKM digital perlu mengakomodasi peningkatan infrastruktur (akses internet dan perangkat) serta pelatihan digital praktis mengacu pada keberhasilan program "UMKM Go Digital" dan pendampingan kelompok usaha. Tanpa ini, UMKM yang “dikelabui” masuk ke ranah digital tetap rentan karena belum sepenuhnya memahami teknologi dalam operasional sehari-hari.

2. Pengintegrasian Sistem Keuangan Digital

Temuan hasil studi dokumen menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan digital adalah fondasi penting untuk ketahanan operasional. Studi oleh Safitri et al. (2025) menemukan penggunaan aplikasi seperti BukuWarung meningkatkan efisiensi pencatatan dan kepatuhan pajak, yang berdampak pada keberlanjutan usaha. Pelatihan serupa yang dilakukan Mulyani et al. (2024), yang menunjukkan peningkatan akurasi dan kecepatan pelaporan keuangan. Selain itu, studi oleh Sahrir & Sunusi (2024), membuktikan bahwa aplikasi keuangan digital dan digital marketing memperluas pangsa pasar, meningkatkan literasi digital, serta menumbuhkan akuntabilitas usaha.

Hal ini tentunya menunjukkan bahwa Aplikasi keuangan digital memberikan data real-time tentang arus kas, laba dan rugi yang sangat penting dalam pengambilan keputusan UMKM (Handy et al., 2025). Hal ini sejalan dengan konsep *dynamic capability*, dimana UMKM mampu menyesuaikan diri dan bertahan melalui sistem kontrol internal berbasis data (Islamuddin et al., 2025). Tempatkan sistem seperti BukuWarung dan SOLMA sebagai komponen wajib dalam model ketahanan terutama bila dikombinasikan dengan digital marketing (Listyorini et al., 2025).

3. Strategi Pemasaran Digital dan Ketahanan Pasar

Hasil analisis dokumen konsisten menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui *e-commerce*, media sosial, dan website dapat meningkatkan visibilitas dan omset. Studi oleh Krisnaresanti et al. (2022), menyebut bahwa digitalisasi UMKM selama pandemi berpengaruh langsung terhadap keberlangsungan usaha. Studi dari Portalika.com (2025) mengonfirmasi bahwa UMKM seperti “Batik Nusantara” dan “Rasa Nusantara” berhasil masuk pasar nasional dan internasional lewat website, marketplace, *e-commerce* dan kolaborasi *influencer*. Pada dimensi kuantitatif, INDEF mencatat 88,37 % UMKM offline mengalami kenaikan omzet pasca digitalisasi, dengan 66,28 % diantaranya naik hingga 50 % per tahun.

Temuan ini mendukung argumen bahwa ketahanan pasar UMKM berada pada kinerja digital marketing yang efektif. Elemen penting dengan kehadiran multi-kanal (sosial media + *e-commerce*), integrasi konten pemasaran (foto/SEO), pelibatan *influencer* dan analisis perilaku konsumen. Model

ketahanan digital harus memasukkan strategi *omnichannel* dan digital brand *building* untuk mempertahankan dan memperluas pasar, terutama terhadap tekanan persaingan global (Darvidou, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai jurnal nasional dan internasional, Kesimpulan yang dapat diambil menunjukkan bahwa ketahanan UMKM berbasis digital dalam sektor *e-commerce* bertumpu pada tiga komponen utama, yaitu infrastruktur dan literasi digital, pengelolaan keuangan digital, serta strategi pemasaran digital yang adaptif. Pertama, infrastruktur dan literasi digital mencakup ketersediaan akses internet yang memadai serta pelatihan praktis untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi secara produktif. Kedua, pengelolaan keuangan digital sangat penting untuk memastikan keteraturan administrasi usaha, pencatatan arus kas yang akurat, dan pengambilan keputusan berbasis data melalui aplikasi seperti BukuWarung, Lamikro, atau sistem informasi akuntansi sederhana. Ketiga, strategi pemasaran digital yang efektif akan memperluas pasar UMKM melalui pemanfaatan berbagai platform seperti *e-commerce*, media sosial, website, serta kolaborasi dengan *influencer* digital. Ketiga dimensi ini saling terhubung dan membentuk model ketahanan digital UMKM yang dinamis dan kontekstual, di mana keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada penetrasi teknologi, tetapi juga pada kemampuan adaptasi, inovasi, serta dukungan ekosistem digital secara menyeluruh. Model ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan kebijakan pemberdayaan UMKM dan praktik lapangan yang lebih strategis di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 33.
- Ahmed, A., Bhatti, S. H., Gölgeci, I., & Arslan, A. (2022). Digital platform capability and organizational agility of emerging market manufacturing SMEs: The mediating role of intellectual capital and the moderating role of environmental dynamism. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121513>
- Angraini, D., Riady, Y., Pratama, A., Sadria, A., Inggris, P. B., Jambi, K., Jambi, U., Jambi, K., Jambi, U., Jambi, K., Jambi, U., & Jambi, K. (2024). Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm) Indonesia : Sebuah Tinjauan Sistematis. *EKLETIK* :

Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan, 7(2), 132–142.

Artanto, A. T., Kusnarto, Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180. <https://doi.org/10.20473/jgar.v3i2.41772>

Banjarnahor, A., Trisakti, U., Buana, U. M., Purba, B., & Siagian, V. (2023). *Transformasi Digital dan Perilaku Organisasi* (Issue November).

Darvidou, K. (2024). Omnichannel Marketing in the Digital Age : Creating Consistent , Personalized and Connected Customer Experiences. *Technium Business and Management*, 10, 34–54.

Fiantika, F. R., Ambarwati, K., & Maharani, A. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*. Pt Global Eksekutif Teknologi.

Fikri, A., Jayanti, R., Saphira, A. F., Febrianti, P., Musdalipah, R. C., Raditha, V. A., & Purnami, S. D. (2024). Penerapan Promosi Digital dan Aplikasi Pembukuan Keuangan Pada UMKM di Desa Lintas Utara. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(10), 1756–1760.

Handayati, R., Rozaq, A. S., Nur, F., Dwi, M. Z., & Ubaidillah, M. M. (2024). Challenges and Solutions in the Implementation of Digital Technology in MSMEs : Perspectives from Entrepreneurs and Consumers. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 2(2), 244–251. <https://doi.org/10.61100/tacit.v2i2.211>

Handy, M., Wijaya, D., Febrianto, A. C., Andhika, O. D., Thippimol, O., & Sciences, P. (2025). Digital Structuring in MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) Through the Implementation of QRIS Payments at the University of Jember. *Journal of Shouthern Sociological Studies*, 1(1), 22–39.

Islamuddin, W., Boyas, J. R., Qurratu'aini, N. I., & Cherly, D. (2025). The Role Of Dynamic Capability And Organizational Agility In Improving MSMEs '. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*, 9(2), 472–499.

- Khurana, I., Dutta, D. K., & Ghura, A. S. (2022). SMEs and digital transformation during a crisis: The emergence of resilience as a second-order dynamic capability in an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Business Research*, 150(1), 623–641.
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Krisnaresanti, A., Naufalin, L., & Indrayanto, A. (2022). Analisis Implementasi Digitalisasi UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Kabupaten Banyumas). *Midyear International Conference*, 1(1).
- Lestari, E. D., Abd Hamid, N., Shamsuddin, R., Kurniasari, F., & Yaacob, Z. (2024). Investigating the factors of SMEs' business resilience in the post-pandemic crisis of COVID-19 with technology adoption as a quasi-moderator: a multigroup analysis of Indonesian and Malaysian SMEs. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2301135>
- Listyorini, T., Supriyati, E., Iqbal, M., Mulyani, S., & Andriyani, N. (2025). Pelatihan Digitalisasi Pembukuan Keuangan Bagi UMKM di Era Teknologi. *Jurnal Solma*, 14(1), 1393–1403.
- Mulyani, Tanjung, A. A., Nila, Chadijah, N. I., Batubara, S., & Putri, V. S. (2024). Peningkatan Kemampuan Mengelola Keuangan Pada UMKM dengan Menggunakan Aplikasi Berbasis Android. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 217–228.
- Portalika.com. (2025). *Digitalisasi UMKM : Revolusi Ekonomi Indonesia di Era E Commerce*.
- Rahmawati, D. R., & Nahartyo, E. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Ketahanan Bisnis pada UMKM DIY di Masa Pandemi Covid-19. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(3), 243. <https://doi.org/10.22146/abis.v11i3.85808>
- Safitri, R., Kurnianingsih, H. T., Nurmala, S., & Lestari, N. (2025). Pengaruh Aplikasi Digital Terhadap

Peningkatan Laporan Keuangan Umkm Kuliner Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Net*, 8(1), 94–106.

Sahrir, S. S., & Sunusi, A. (2024). Peran Transformasi Digital terhadap Penguatan Stabilitas Keuangan UMKM di Kota Palopo. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 469–475.

Saragih, A. B., Narwastu, R., Simanjuntak, H., & 4, L. M. H. (2025). Peran UMKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Perspektif Teori Schumpeterian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 01–08.

Stewart, H., Kelly, S. J., Wade, B., Ferrie, L., Pekerti, A., Balqiah, T. E., Salehudin, I., & Rachmawati, R. (2021). Digital business transformation: Building COVID-19 resilience in Indonesian SMEs. *Rapid Research Pr Oject Final Report Digital*.

Teoh, K.-S., & Cheah, J. S. S. (2025). Enhancing SME Resilience During COVID-19 : A Systematic Review of Digital Enhancing SME Resilience During COVID-19 : A Systematic Review of Digital Capabilities , Relational Strengths , and Organizational Agility. *Journal of the Community Development in Asia*, 8(2), 266–284. <https://doi.org/10.32535/jcda.v8i2.3894>