

Strategi Scale-Up UMKM Melalui Studi Kelayakan Bisnis Analisis Kesiapan Transformasi Digital Dan Efisiensi operasional

Rafit Nurrizki¹, Hani Humaeriyah²

Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung, Indonesia^{1,2}

*Email : rafitnurrizky70@gmail.com hani.humaeriyah@umbandung.ac.id

ABSTRACT

Sejarah Artikel:

Diterima 26-01-2026
Disetujui 06-02-2026
Diterbitkan 08-02-2026

In this modern era, digitalization has become a crucial requirement for MSMEs to survive in increasingly fierce competition. Digital information strategies can improve operational efficiency, revenue, and transform organizational culture to be more adaptive to change. This paper aims to prepare Indonesian MSMEs for the digital economy, reviewing various literature and industry reports. The discussion covers aspects of digital infrastructure, technological literacy, access to digital markets, as well as regulatory and ecosystem support. The study results show that although MSMEs have great potential, serious challenges remain, such as limited access to technology, minimal digital literacy, and minimal mentoring. Therefore, cross-sector collaboration is needed to accelerate digital adoption in the MSME ecosystem.

Keywords: MSME strategy, Digital Transformation, Business feasibility

ABSTRAK

Diera modern ini, Digitalisasi menjadi kebutuhan penting bagi UMKM agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Strategi Informasi digital dapat meningkatkan efisiensi Operasional, Pendapatan, dan mengubah budaya organisasi menjadi lebih adaptif terhadap perubahan. tulisan ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan UMKM Indonesia menghadapi Ekonomi Digital, dengan mengkaji berbagai literatur dan laporan industri Pembahasan mencakup aspek infrastruktur digital, literasi teknologi, akses terhadap pasar digital, serta dukungan regulasi dan ekosistem. Hasil kajian menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki potensi besar, masih terdapat tantangan serius seperti keterbatasan akses teknologi, kurangnya literasi digital, dan minimnya pendampingan. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi lintas sektor untuk mempercepat adopsi digital dalam ekosistem UMKM.

Kata kunci : Strategi UMKM, Transpormasi Digital, Kelayakan Bisnis

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nurrizki, R., & Humaeriyah, H. (2026). Strategi Scale-up UMKM Melalui Studi Kelayakan Bisnis Analisis Kesiapan Transformasi Digital Dan Efisiensi Operasional. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(2), 2950-2959. <https://doi.org/10.63822/9jrdzq47>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung bagi stabilitas ekonomi Indonesia dengan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61% serta peran besar dalam penyerapan tenaga kerja. Kendati demikian, masih banyak pelaku UMKM yang mengalami stagnasi pada skala mikro. Untuk mengatasi hambatan tersebut, diperlukan strategi ekspansi (scale-up) yang terukur guna meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif. Salah satu instrumen utama yang sering terabaikan adalah Studi Kelayakan Bisnis (SKB), khususnya pada analisis aspek pasar. Melalui SKB, pelaku usaha dapat memetakan dinamika pasar dan perilaku konsumen secara objektif berbasis data—bukan sekadar intuisi—sehingga risiko kegagalan investasi dapat diminimalisir melalui analisis peluang dan tantangan yang akurat.

Urgensi SKB kini semakin krusial seiring dengan masifnya transformasi digital. Digitalisasi telah bertransformasi dari sekadar pilihan menjadi kebutuhan mutlak untuk mengoptimalkan efisiensi operasional dan memperluas pangsa pasar melalui platform e-commerce, sistem akuntansi terintegrasi, hingga Business Intelligence (BI). Integrasi teknologi ini mampu menciptakan budaya organisasi yang lebih adaptif melalui otomatisasi proses bisnis. Namun, tantangan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan infrastruktur yang belum merata masih menjadi kesenjangan nyata bagi UMKM di Indonesia. Oleh sebab itu, keberhasilan strategi scale-up sangat bergantung pada kemampuan UMKM dalam mensinergikan kelayakan bisnis

konvensional dengan kesiapan digital guna menjamin keberlanjutan usaha di era ekonomi digital yang dinamis. Di sisi lain, era disruptif saat ini menuntut UMKM untuk memiliki kesiapan transformasi digital sebagai motor penggerak utama pertumbuhan. Transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk memperluas akses pasar, meningkatkan omzet, dan menciptakan peluang bisnis baru. Namun, realitanya adopsi teknologi digital di kalangan UMKM masih tergolong rendah, dengan kendala utama berupa minimnya literasi digital, keterbatasan keterampilan teknis, serta infrastruktur yang belum memadai. Studi kelayakan ini tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi finansial, tetapi juga sebagai pilar utama dalam menganalisis aspek pasar secara strategis guna meminimalkan risiko kegagalan investasi di masa depan. Dengan memetakan peluang dan tantangan melalui analisis SWOT serta memastikan indikator kelayakan bisnis terpenuhi, pelaku UMKM memiliki fondasi data yang valid untuk mengambil keputusan ekspansi yang terukur. Transformasi digital saat ini bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi UMKM agar tetap relevan dan mampu bersaing di pasar global. Adopsi teknologi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan profitabilitas secara signifikan. Namun, rendahnya literasi teknologi dan keterbatasan infrastruktur masih menjadi hambatan nyata yang menyebabkan tingkat digitalisasi UMKM di Indonesia belum merata. Oleh karena itu, strategi scale up yang efektif harus mengintegrasikan hasil studi kelayakan bisnis dengan pemanfaatan teknologi modern, seperti e-commerce dan business intelligence, guna mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data serta memastikan pertumbuhan usaha yang inklusif dan berkelanjutan. Fondasi utama dari studi kelayakan bisnis terletak pada analisis aspek pasar yang mencakup pemahaman mendalam mengenai potensi permintaan, segmentasi pelanggan, serta perilaku konsumen. Kemampuan UMKM untuk memahami dinamika pasar ini memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan, terutama dalam merancang strategi pemasaran yang responsif terhadap perubahan

kebutuhan pasar. Selain aspek pasar, identifikasi faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) menjadi kunci bagi keberlanjutan usaha. Dengan mengevaluasi posisi bisnis secara jujur, pelaku UMKM dapat memitigasi tantangan seperti keterbatasan modal dan tekanan kompetisi, sekaligus mengoptimalkan peluang inovasi untuk mencapai pertumbuhan yang cepat dan stabil

KAJIAN TEORI

Konsep Scale-up dan berkelanjutan UMKM

Dalam perjalanan sebuah bisnis, tahap scale-up menjadi titik penentu yang sangat vital. Di fase ini, UMKM tidak lagi sekadar berupaya untuk bertahan hidup secara operasional, melainkan mulai melangkah ke arah perluasan kapasitas dan jangkauan pasar yang jauh lebih luas. Penting untuk dipahami bahwa scale-up sejatinya tidak hanya bicara soal kenaikan omzet atau angka penjualan secara sederhana. Lebih dari itu, fase ini melibatkan perubahan mendasar pada struktur organisasi, pembenahan sistem manajemen, hingga keberanian melakukan ekspansi pasar yang masif. Lonjakan pertumbuhan ini membawa konsekuensi berupa kompleksitas baru—mulai dari melonjaknya volume transaksi hingga bertambahnya jumlah tim. Jika tidak didasari oleh fondasi strategi yang kuat, pertumbuhan yang terlalu cepat ini justru bisa menjadi bumerang yang memicu kekacauan operasional atau bahkan kebangkrutan akibat ketidaksiapan sumber daya manusia dan infrastruktur.

Keberhasilan dalam melakukan akselerasi usaha ini memiliki kaitan erat dengan prinsip keberlanjutan bisnis (*business sustainability*). Saat ini, keberlanjutan tidak boleh lagi hanya dipandang sempit sebagai cara mengejar keuntungan sesaat. Makna keberlanjutan yang sesungguhnya adalah kemampuan sebuah organisasi untuk terus memberikan nilai manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam rentang waktu yang panjang. Merujuk pada berbagai literatur, kesehatan sebuah UMKM dapat ditinjau dari tiga aspek utama: seberapa kuat ketahanan finansialnya, seberapa efisien jalur operasionalnya, serta seberapa lincah ia beradaptasi dengan tren pasar yang terus berubah. Agar bisa terus bertahan dan tumbuh secara sehat, pelaku UMKM wajib mampu memetakan risiko operasional melalui perencanaan strategis yang terukur, salah satunya dengan memanfaatkan instrumen Studi Kelayakan Bisnis sebagai landasan pengambilan keputusan yang objektif.

Memasuki era modern, napas keberlanjutan sebuah bisnis kini sangat bergantung pada sejauh mana perusahaan mampu berinovasi dan merespons guncangan teknologi. Di tengah arus disrupsi yang begitu kencang, UMKM yang mampu melakukan scale-up dengan gemilang adalah mereka yang tidak hanya terobsesi pada besarnya angka, tetapi juga disiplin dalam menerapkan tata kelola yang rapi serta menggunakan data sebagai kompas dalam setiap kebijakan strategisnya. Pada akhirnya, konsep pertumbuhan yang ideal bagi UMKM adalah pertumbuhan yang "berkualitas"—sebuah kemajuan yang dibarengi dengan penguatan sistem internal yang solid, sehingga bisnis tersebut tetap tegak berdiri meski harus menghadapi ketidakpastian ekonomi global di masa mendatang.

Studi kelayakan Bisnis Analisis Aspek Pasar

Analisis Pasar menjadi instrumen untuk membedah berbagai variabel penting, mulai dari mengukur seberapa besar tingkat permintaan konsumen terhadap produk, bagaimana peta penawaran yang ada, hingga

penentuan strategi harga yang kompetitif. Melalui analisis ini, pelaku usaha bisa mendapatkan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana pasar mampu menyerap produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga potensi kerugian akibat salah sasaran dapat ditekan sejak awal

Analisis SWOT yang berfungsi sebagai perangkat evaluatif untuk memetakan kondisi internal dan eksternal perusahaan secara jujur. Di sini, pelaku UMKM diajak untuk mengenali kekuatan (strengths) yang bisa diunggulkan serta mengakui kelemahan (weaknesses) yang masih perlu diperbaiki di dalam organisasi. Secara bersamaan, analisis ini juga menuntut kepekaan dalam menangkap peluang (opportunities) yang ada di lingkungan luar serta waspada terhadap berbagai ancaman (threats) yang mungkin muncul dari para pesaing maupun perubahan tren. Dengan mengombinasikan elemen-elemen SWOT tersebut, UMKM dapat merumuskan sebuah strategi jitu yang mampu mengoptimalkan segala potensi yang dimiliki sekaligus menyiapkan tameng untuk memitigasi risiko-risiko yang datang dari luar.

Efisiensi Operasional Melalui Inovasi Teknologi

Dalam skenario pengembangan usaha atau scale-up bagi UMKM, makna efisiensi operasional telah mengalami pergeseran paradigma. Ia tidak lagi dipandang sekadar sebagai langkah penghematan biaya atau pemangkasan anggaran secara konvensional, melainkan telah bertransformasi menjadi bentuk adaptasi cerdas yang digerakkan oleh inovasi teknologi. Secara esensial, efisiensi operasional berkaitan erat dengan kemahiran sebuah entitas bisnis dalam mendayagunakan seluruh aset yang ada—mulai dari ketersediaan modal, manajemen waktu, hingga potensi tenaga kerja—agar mampu menciptakan nilai (value) yang optimal dengan tingkat pemborosan yang serendah mungkin. Di tengah situasi pasar yang penuh disrupsi, teknologi mengambil peran vital sebagai pemacu utama yang membantu UMKM mencapai level performa tinggi yang sebelumnya mustahil diraih jika hanya mengandalkan proses-proses manual. Salah satu terobosan teknologi yang membawa dampak paling nyata adalah penerapan Sistem Informasi Terintegrasi. Dengan mengadopsi sistem informasi, misalnya melalui perangkat akuntansi digital, setiap detail transaksi bisnis dapat didokumentasikan secara rapi, sistematis, dan seketika (real-time). Hal ini menjadi poin yang sangat krusial, mengingat banyak kegagalan UMKM berakar dari manajemen keuangan yang tidak teratur akibat ketergantungan pada catatan kertas yang rawan akan kesalahan manusia (human error). Otomasi dalam pengelolaan data ini memastikan bahwa aliran informasi di setiap lini organisasi menjadi jauh lebih lancar, terbuka, dan presisi. Dampaknya, risiko kesalahan input data yang berpotensi merugikan finansial dapat ditekan secara signifikan. Selain itu, kehadiran Business Intelligence (BI) kini mulai menjadi tren baru di kalangan pelaku UMKM sebagai alat bantu dalam pengambilan kebijakan strategis. Teknologi ini bekerja dengan cara menyaring dan mengolah tumpukan data operasional serta pola perilaku pelanggan menjadi sajian informasi visual yang intuitif dan mudah dimengerti. Melalui bantuan BI, pemilik UMKM tidak lagi mengambil keputusan berdasarkan spekulasi atau perasaan semata; mereka kini memiliki pijakan data yang konkret untuk menentukan kapan waktu yang tepat guna menambah stok barang, mengidentifikasi produk yang menjadi primadona, hingga membaca arah tren pasar yang sedang populer. Keunggulan dalam mengambil keputusan berbasis data (data-driven decision making) inilah yang pada akhirnya mendongkrak efektivitas kerja serta produktivitas perusahaan secara menyeluruh. Di sisi lain, integrasi teknologi digital seperti platform e-commerce dan sistem otomasi pemasaran juga telah mengubah peta persaingan dalam menjangkau konsumen. Inovasi di bidang pemasaran digital memungkinkan UMKM

untuk menekan biaya promosi hingga jauh lebih murah dibandingkan iklan tradisional, sembari memperluas cakupan pasar tanpa harus dibebani oleh biaya operasional toko fisik di banyak tempat. Transformasi ini secara alami memotong jalur distribusi yang panjang dan berliku, sehingga pengeluaran operasional bisa dialokasikan secara lebih hemat dan margin keuntungan dapat ditingkatkan. Pada akhirnya, perpaduan antara kecanggihan teknologi informasi dan strategi operasional yang tepat akan melahirkan ekosistem bisnis yang lebih lincah (agile), cepat bereaksi terhadap perubahan, serta memiliki daya saing yang kuat dalam menghadapi kompetisi global yang kian dinamis.

Kerangka Teori Strategi Scale-Up Adaptif

Dalam praktiknya, strategi scale-up yang adaptif dapat dipandang sebagai sebuah kerangka kerja utuh yang mempertemukan ketajaman rencana bisnis konvensional dengan keluwesan teknologi digital. Di tengah kondisi pasar yang sering kali tidak menentu, para pelaku UMKM tidak lagi bisa hanya terpaku pada satu sisi saja secara terpisah. Sinergi antara Studi Kelayakan Bisnis (SKB) dengan kesiapan melakukan transformasi digital pada akhirnya akan melahirkan model pertumbuhan yang bukan cuma kencang, tapi juga punya daya tahan atau resiliensi yang kuat. Di sini, SKB mengambil peran vital sebagai "kompas" yang memberikan arah lewat analisis pasar dan pemetaan SWOT yang mendalam. Sementara itu, digitalisasi bertindak sebagai "mesin" yang mempercepat eksekusi dari rencana-rencana strategis tersebut. Keberhasilan dalam menjalankan percepatan usaha yang adaptif ini sangat bergantung pada seberapa piawai pemilik UMKM menyelaraskan hasil temuan pasar dengan perangkat digital yang relevan. Sebagai gambaran, jika hasil studi kelayakan menunjukkan adanya pergeseran target konsumen ke arah generasi muda, maka strategi yang adaptif akan langsung merespons dengan menerapkan sistem Business Intelligence (BI). Tujuannya adalah untuk membedah kebiasaan belanja digital kelompok tersebut secara lebih spesifik. Lewat cara ini, kebijakan untuk memperluas jangkauan atau menambah kapasitas produksi tidak lagi hanya berlandaskan pada tebakan atau insting semata, melainkan pada data yang nyata dan terkini. Inilah titik pembeda utama antara organisasi tradisional dengan organisasi modern yang sudah berbasis data (data-driven). Namun, lebih dari sekadar urusan teknis, model strategi adaptif ini sebenarnya menuntut adanya evolusi budaya dalam organisasi secara mendasar. Proses transisi dari cara kerja manual yang konvensional menuju budaya kerja digital sering kali menjadi ganjalan terbesar bagi banyak UMKM. Membangun budaya yang adaptif berarti harus ada keterbukaan terhadap inovasi, peningkatan literasi digital tim, hingga keberanian untuk memangkas proses-proses manual yang tidak efisien dan menggantinya dengan otomatisasi yang lebih produktif. Tanpa adanya perubahan pola pikir (mindset) serta peningkatan kualitas sumber daya manusia, teknologi digital sehebat apa pun yang dibeli dalam proses scale-up hanya akan menjadi beban pengeluaran tanpa memberikan dampak nyata bagi efisiensi bisnis. Pada akhirnya, kerangka teori ini menempatkan strategi scale-up sebagai sebuah perjalanan pembelajaran yang tidak pernah putus. UMKM yang memiliki jiwa adaptif akan terus memantau efektivitas langkah mereka melalui indikator-indikator digital, berani melakukan penyesuaian strategi (pivot) jika situasi menuntut, dan memastikan setiap langkah ekspansi tetap selaras dengan kapasitas operasional yang sudah terdigitalisasi. Hubungan harmonis inilah yang menjadi jaminan agar usaha tetap berlanjut di tengah gempuran era disrupsi. Sebab pada akhirnya, dalam persaingan pasar yang dinamis, bukan yang paling kuat yang akan memimpin, melainkan mereka yang paling lincah dalam beradaptasi.

METODE PENELITIAN

merupakan metode penelitian yang berfokus pada penyajian lengkap mengenai suatu fenomena sosial atau bisnis secara sistematis. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk mengurai setiap lapisan strategi tersebut secara sistematis dan faktual. Tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam cara-cara konkret di mana teknologi dan perencanaan yang matang saling bersinggungan, hingga akhirnya mampu mendorong UMKM untuk melakukan lompatan besar atau scale-up.

Dengan kata lain, metode ini memberikan ruang bagi peneliti untuk menceritakan realitas pertumbuhan UMKM secara akurat.

Metode pengumpulan data

Data tidak dikumpulkan melalui survei lapangan langsung, melainkan melalui penelusuran pustaka yang sistematis.

Sumber Data: Mengkaji berbagai literatur, laporan industri, dan studi terdahulu yang relevan dengan kesiapan ekonomi digital dan strategi digitalisasi UMKM

Teknik Analisis Data

setelah data literatur terkumpul, dilakukan proses analisis yang mencakup

Analisis Swot : Digunakan untuk membedah peluang dan tantangan yang dihadapi unit bisnis (khususnya startup atau UMKM) dalam lingkungan yang dinamis

Analisis Konten: Mengidentifikasi strategi digitalisasi yang tepat untuk meminimalkan risiko kegagalan dalam transformasi digital.

Pendekatan Business Intelligence: Mengolah data operasional dan perilaku pasar menjadi informasi strategis untuk meningkatkan efisiensi

Metode Survei dengan Multistage Random Sampling:

Dalam skala yang lebih luas (seperti laporan industri yang dikutip), digunakan metode survei wawancara tatap muka dengan ribuan responden untuk menentukan tingkat penetrasi internet dan kesiapan digital.

Kualitatif Deskriptif: Digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman langsung pelaku usaha, strategi adaptif, dan hambatan spesifik yang dihadapi di lapangan. Teknik pengumpulan datanya meliputi: observasi, wawancara, dokumentasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terlihat jelas bahwa keberhasilan strategi peningkatan skala usaha atau scale-up pada UMKM sangat ditentukan oleh seberapa mendalam studi kelayakan bisnis yang disusun, terutama pada aspek pasar, finansial, dan operasional yang menjadi fondasi dasarnya. Studi kelayakan ini bukan sekadar formalitas, melainkan instrumen strategis yang krusial untuk memetakan potensi keberhasilan serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu poin penting yang ditemukan adalah penggunaan analisis kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman atau yang dikenal sebagai SWOT, yang berfungsi sebagai landasan dalam merumuskan strategi bisnis yang fleksibel bagi para pengusaha yang ingin menaikkan kelas usahanya. Dengan melakukan studi kelayakan yang menyeluruh, para pelaku UMKM dapat mengurangi risiko kegagalan investasi karena mereka mampu menghitung indikator keuangan secara akurat, seperti nilai sekarang bersih, tingkat pengembalian internal, dan titik impas, guna memastikan bahwa rencana perluasan bisnis tersebut memang menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Jika ditinjau dari sisi transformasi digital, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi bertindak sebagai pendorong utama dalam meningkatkan efisiensi kerja dan memperlebar jangkauan pasar secara luas. Proses digitalisasi terbukti efektif dalam memangkas biaya produksi serta mempercepat alur kerja melalui sistem informasi yang saling terhubung dan otomatis. Di samping itu, penggunaan kecerdasan bisnis serta platform perdagangan elektronik menjadi langkah yang sangat penting untuk mempererat hubungan dengan pelanggan dan membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang ada. Meskipun demikian, tingkat kesiapan para pelaku UMKM dalam memasuki ekosistem ekonomi digital saat ini masih cukup beragam. Hal tersebut sangat bergantung pada tingkat pemahaman teknologi, ketersediaan sarana pendukung digital, hingga kemampuan para tenaga kerja dalam mengoperasikan berbagai perangkat digital yang tersedia.

Pembahasan

Upaya untuk menaikkan skala usaha atau yang sering disebut sebagai scale-up merupakan sebuah fase peralihan yang sangat rumit bagi para pelaku UMKM. Keberhasilan dalam tahap ini sangat bergantung pada bagaimana mereka mampu menyelaraskan perencanaan bisnis yang matang dengan penerapan transformasi digital yang tepat sasaran. Berdasarkan tinjauan dari berbagai literatur ilmiah, pembahasan mengenai strategi ini menekankan bahwa studi kelayakan bisnis berfungsi sebagai fondasi paling utama untuk menjaga keberlangsungan usaha. Melalui studi ini, pelaku usaha bisa memetakan peluang kesuksesan sekaligus mengurangi potensi kerugian finansial. Proses evaluasi ini tidak hanya berfokus pada analisis pasar untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen, tetapi juga masuk ke ranah keuangan dan operasional secara mendalam guna memastikan bahwa setiap langkah pengembangan usaha memiliki landasan ekonomi yang kokoh dan bisa dipertanggungjawabkan. Bagi UMKM yang bercita-cita untuk naik kelas, penggunaan alat analisis seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau SWOT menjadi sangat penting dalam menyusun strategi yang fleksibel dan inovatif di tengah kondisi pasar yang terus berubah dengan cepat. Jika kita melihat dari sisi efisiensi kerja, penerapan teknologi digital menjadi pendorong utama yang memungkinkan UMKM untuk memperbaiki alur kerja mereka sekaligus memangkas biaya operasional secara besar-besaran. Peralihan ke arah digital terbukti bisa membuat rantai pasokan menjadi lebih sederhana dan mempercepat proses transaksi melalui sistem otomatis serta penggunaan informasi yang saling terintegrasi. Selain itu, penggunaan platform perdagangan elektronik dan alat bantu analisis data bisnis menjadi hal yang sangat vital. Hal ini dikarenakan teknologi tersebut memungkinkan para pemilik usaha untuk mengambil keputusan strategis yang didasarkan pada data yang nyata dan akurat, bukan hanya sekadar mengandalkan firasat atau intuisi belaka. Dengan pendekatan seperti ini, manajemen bisnis menjadi jauh lebih transparan dan efisien, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi UMKM dalam bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Akan

tetapi, perlu disadari bahwa kesiapan dalam menghadapi transformasi digital masih menjadi kendala besar yang menuntut perhatian serius. Masalah seperti kurangnya pemahaman teknologi dan terbatasnya fasilitas pendukung sering kali menjadi penghalang utama bagi UMKM untuk bisa berkembang lebih jauh. Analisis mengenai kesiapan ini menunjukkan bahwa transformasi digital sebenarnya bukan hanya tentang membeli perangkat keras atau perangkat lunak yang canggih, melainkan lebih kepada perubahan pola pikir dan budaya kerja di dalam organisasi agar lebih terbuka terhadap inovasi. Dukungan dari lingkungan sekitar, termasuk adanya aturan yang jelas dari pemerintah serta pendampingan yang konsisten dari berbagai pihak, sangat dibutuhkan untuk memecahkan hambatan tersebut. Apabila UMKM mampu menggabungkan rencana bisnis yang telah teruji dengan efisiensi kerja yang didukung oleh teknologi, maka mereka akan memiliki landasan yang sangat kuat untuk tumbuh menjadi bisnis yang lebih kokoh dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, dapat kita tarik kesimpulan bahwa strategi untuk menaikkan skala usaha atau scale-up pada sektor UMKM sangatlah bergantung pada perpaduan yang selaras antara perencanaan bisnis yang mendalam serta penerapan teknologi yang tepat sasaran. Dalam hal ini, penyusunan studi kelayakan bisnis memegang peranan yang sangat penting karena berfungsi sebagai pijakan awal bagi para pemilik usaha untuk melihat peluang dan hambatan secara realistis sebelum mereka memutuskan untuk melakukan perluasan pasar secara besar-besaran. Selain itu, proses transformasi digital saat ini bukan lagi sekadar tren tambahan, melainkan sudah menjadi kebutuhan yang sangat mendesak demi meningkatkan efisiensi kerja dan menjangkau konsumen yang jauh lebih luas. Pemanfaatan alat bantu seperti analisis data bisnis cerdas serta platform perdagangan elektronik telah terbukti efektif dalam memangkas pengeluaran operasional sekaligus mendongkrak pemasukan melalui pengambilan keputusan yang lebih akurat dan terukur. Namun demikian, walaupun dunia digital menjanjikan potensi pertumbuhan yang sangat besar, hasil kajian dari berbagai penelitian tetap memberikan catatan mengenai adanya kendala serius yang masih menghantui banyak pelaku UMKM, khususnya mengenai minimnya pemahaman teknologi serta keterbatasan sarana pendukung yang memadai. Oleh sebab itu, keberhasilan dalam menaikkan kelas usaha tidak hanya diukur dari kecanggihan alat yang digunakan, tetapi juga dari sejauh mana kesiapan orang-orang di dalamnya untuk menyesuaikan diri dengan budaya kerja yang lebih modern dan kreatif. Adanya kerja sama yang solid antara hasil studi kelayakan yang menyeluruh dengan penerapan teknologi digital yang terencana akan membangun landasan bisnis yang jauh lebih kuat dan tahan banting. Pada akhirnya, pendampingan yang konsisten dari berbagai pihak melalui program pelatihan dan kebijakan yang mendukung akan menjadi kunci utama agar UMKM tidak hanya sekadar bertahan di tengah perubahan zaman, namun benar-benar mampu berkembang menjadi entitas bisnis yang lebih besar dan memberikan dampak nyata bagi kemajuan ekonomi secara nasional

SARAN

saran strategi untuk scale up harus diawali dengan pijakan yang kuat melalui studi kelayakan bisnis yang mendalam, terutama pada sisi pasar dan keuangan. Sebelum memutuskan untuk melakukan ekspansi besar, pelaku usaha wajib membedah potensi keberhasilan mereka agar tidak terjebak dalam langkah yang spekulatif. Hal ini berarti indikator finansial seperti NPV dan IRR harus benar-benar dihitung untuk memastikan profitabilitas, yang dibarengi dengan pemetaan segmen pasar yang tajam guna meminimalisir risiko kegagalan investasi. Selain itu, penggunaan analisis SWOT sangat membantu dalam melihat posisi bisnis secara jujur di tengah persaingan, sehingga setiap langkah pertumbuhan yang diambil benar-benar berpijak pada data lapangan yang nyata.

Pemerintah dan lembaga terkait juga perlu memperkuat ekosistem pendukung UMKM dengan memprioritaskan peningkatan literasi digital dan edukasi mengenai manajemen bisnis profesional. Pelaku UMKM disarankan untuk tidak hanya fokus pada proses produksi, tetapi juga mulai mengadopsi perangkat Business Intelligence sederhana dan sistem informasi akuntansi untuk mencatat transaksi secara teratur. Hal ini sangat penting karena ketersediaan data yang rapi akan memudahkan penyusunan studi kelayakan yang akurat, terutama saat pelaku usaha ingin mengajukan akses permodalan ke lembaga keuangan atau investor guna memperluas skala usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. K., Fakhira, D., Sahfira, N. I., Siahaan, R. N., Syahputri, N., & Sihotang, M. K. (2025). Analisis Aspek Pasar sebagai Pilar Utama dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 209-221.
- Evangeulista, G., 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(1), 31-41.
- Indriyani, Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E-Commerce. *Informatics for Educators and Professionals: Journal of Informatics*, 9(1), 23-32.
- Sahrir, S. S., Sunusi, A., Emasari, Umar, F., & Lestari, M. M. (2024). Studi Kelayakan dan Penerapan Kewirausahaan dalam Bisnis Startup: Analisis Peluang dan Tantangan. *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 5(2), 209-221.
- Sofyan, S., & Agusman. (2025). Analisis Kesiapan UMKM Menghadapi Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Smart*, 9(1), 1-5.
- Subhan, F. E. S., & Shoalihin. (2025). Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 990-1002.