

PENERAPAN E-COMMERCE OLEH UMKM: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW TENTANG FAKTOR KEBERHASILAN DAN HAMBATAN

Kharisma Utama Putra¹, Jhon Veri²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang, Jl. Raya Lubuk Begalung, Padang, Sumatera Barat, Indonesia
Email: kharismautamaputra@gmail.com

Article History

Received: 30-06-2025

Revision: 10-07-2025

Accepted: 07-08-2025

Published: 16-08-2025

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in national economic growth. However, in the digital era, MSMEs' adoption of e-commerce remains suboptimal in addressing current challenges. This study aims to identify the factors contributing to success and obstacles in implementing e-commerce by MSMEs through a systematic literature review (SLR) approach. This method was used to analyze 30 relevant international and national journal articles published between 2018 and 2024. These journals were retrieved from credible academic databases such as Scopus and Google Scholar, and then grouped based on key themes or topics emerging from the data. The study results indicate that success factors include management support, digital literacy, technological infrastructure, and customer trust, while key obstacles include limited human resources, implementation costs, and a lack of understanding of digital regulations. This study provides recommendations for the government and stakeholders to support MSMEs digitalization more strategically.

Keywords: E-Commerce, MSMEs, Systematic Literature Review

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, dalam menghadapi era digital, adopsi *e-commerce* oleh UMKM masih belum optimal dalam menghadapi berbagai tantangan pada saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi keberhasilan dan hambatan dalam penerapan *e-commerce* oleh UMKM melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Metode ini digunakan untuk menganalisis 30 artikel jurnal internasional dan nasional terbitan tahun 2018–2024 yang relevan. Jurnal ini diambil dari basis data akademik yang kredibel seperti, Scopus dan Google Scholar yang kemudian dikelompokkan berdasarkan tema atau topik utama yang muncul dari data. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor keberhasilan meliputi dukungan manajemen, literasi digital, infrastruktur teknologi, dan kepercayaan pelanggan, sedangkan hambatan utama mencakup keterbatasan SDM, biaya implementasi, dan minimnya pemahaman terhadap regulasi digital. Studi ini memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam mendukung digitalisasi UMKM secara lebih strategis.

Kata Kunci: E-Commerce, UMKM, Tinjauan Literatur Sistematis

How to Cite: Putra, K. U., & Veri, J. (2025). Penerapan *E-Commerce* oleh UMKM: *Systematic Literature Review* tentang Faktor Keberhasilan dan Hambatan. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (5), 7835-7841. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i5.3653>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Di Indonesia, UMKM menyumbang sekitar 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Yuniarti et al., 2024). Namun, dalam era digital yang penuh disrupsi, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah penerapan *e-commerce* dalam operasional bisnis UMKM. *E-commerce* memungkinkan UMKM memperluas pasar, meningkatkan interaksi pelanggan, serta mempermudah transaksi secara digital. Namun demikian, tingkat adopsi *e-commerce* di kalangan UMKM masih belum merata dan menghadapi berbagai tantangan mulai dari keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, hingga keterbatasan sumber daya manusia (SDM) (Simangunsong, 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas SDM dan literasi keuangan menjadi faktor kunci yang memengaruhi kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital termasuk *e-commerce*. Pelaku UMKM dituntut untuk kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta memiliki pemahaman keuangan yang baik untuk mengelola bisnis secara efisien (Hakam et al., 2023). Selain itu, dukungan pemerintah melalui kebijakan inklusi keuangan dan akses pembiayaan juga berkontribusi besar terhadap kesuksesan transformasi digital UMKM (Satria et al., 2024).

Di sisi lain, tantangan eksternal seperti persaingan global, akses terbatas terhadap teknologi, serta masih adanya kesenjangan digital antara wilayah urban dan rural, turut menjadi hambatan yang signifikan dalam penerapan *e-commerce* oleh UMKM (Ayem et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami secara sistematis faktor-faktor keberhasilan dan hambatan yang dihadapi UMKM dalam penerapan *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika penerapan *e-commerce* oleh UMKM, serta merumuskan rekomendasi strategis untuk mendukung akselerasi transformasi digital sektor ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis seluruh bukti ilmiah yang relevan terkait penerapan *e-commerce* oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk merangkum pengetahuan

dari berbagai penelitian terdahulu secara sistematis dan transparan, serta untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan SLR berdasarkan kerangka kerja yang melibatkan tiga tahapan utama: 1) Tahap *planning* meliputi formulasi pertanyaan penelitian dengan pendekatan PICO (*Population, Intervention, Comparison, Outcome*); 2) Tahap *conducting* mencakup proses identifikasi, seleksi, ekstraksi, dan sintesis literatur; 3) Tahap *reporting* adalah penyusunan hasil SLR dalam bentuk artikel ilmiah.

Pertanyaan Penelitian (*Research Questions*)

Pertanyaan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah: (1) Apa saja faktor keberhasilan dalam penerapan *e-commerce* oleh UMKM? (2) Hambatan apa saja yang dihadapi UMKM dalam penerapan *e-commerce*? (3) Bagaimana strategi yang dapat meningkatkan adopsi *e-commerce* secara berkelanjutan?. Pertanyaan-pertanyaan ini disusun berdasarkan kerangka PICO yang lazim digunakan dalam SLR.

Strategi Pencarian Literatur

Proses pencarian dilakukan dengan menggunakan beberapa basis data ilmiah, seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan ProQuest. Kata kunci yang digunakan antara lain: “*e-commerce UMKM*,” “*transformasi digitalisasi UMKM*,” “*faktor keberhasilan digitalisasin UMKM*,” dan “*tantangan penerapan e-commerce pada UMKM*.” Pencarian dibatasi pada publikasi tahun 2018–2024 untuk menjaga relevansi dan kebaruan data.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi meliputi: 1) Artikel yang dipublikasikan dalam rentang 2018–2024; 2) Studi yang membahas faktor keberhasilan dan hambatan penerapan *e-commerce* oleh UMKM; dan 3) Studi yang tersedia dalam teks lengkap berbahasa Indonesia atau Inggris. Kriteria eksklusi mencakup: 1) Artikel yang tidak memiliki relevansi topikal; dan 2) Studi yang tidak tersedia dalam bentuk akses penuh. Kriteria ini diadaptasi dari penelitian oleh (Satria et al., 2024; Ayem et al., 2024).

Proses Seleksi dan Analisis Data

Setelah melalui penyaringan awal, artikel yang memenuhi kriteria inklusi dianalisis secara mendalam. Proses analisis dilakukan secara naratif dan tematik untuk mengelompokkan faktor keberhasilan dan hambatan dalam kategori tertentu (misalnya: SDM, teknologi, kebijakan, literasi digital, dll.).

Validitas dan Penilaian Kualitas

Setiap artikel yang terpilih dinilai kualitasnya berdasarkan indikator berikut: 1) Relevansi topik terhadap pertanyaan penelitian, 2) Kekuatan metodologis artikel, dan 3) Kesesuaian dengan fokus SLR ini. Prosedur ini mengikuti pendekatan evaluasi kualitas seperti yang digunakan oleh Simangunsong (2023) dan Yuniarti et al., (2024) dalam kajian mereka terhadap UMKM di era digitalisasi.

HASIL

Hasil dari tinjauan sistematis terhadap literatur yang diperoleh menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan, daya saing, dan ketahanan usaha. Namun, efektivitas dari penerapan ini sangat bergantung pada sejumlah faktor keberhasilan serta hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Berdasarkan analisis terhadap literatur yang dikaji, ditemukan beberapa faktor dominan yang mendukung keberhasilan UMKM dalam menerapkan *e-commerce* sebagai berikut:

- Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM); Kemampuan pelaku UMKM dalam memahami teknologi digital, khususnya dalam pengelolaan informasi akuntansi dan *platform e-commerce*, menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan digitalisasi usaha.
- Kepemimpinan transformasional; gaya kepemimpinan yang inspiratif dan inovatif dari pelaku UMKM terbukti mampu mendorong adaptasi digital, meningkatkan motivasi SDM, dan menciptakan budaya organisasi yang mendukung inovasi.
- Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi; penggunaan digital marketing, media sosial, dan sistem informasi berbasis web membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat merek.
- Kolaborasi dan dukungan eksternal; adanya dukungan dari institusi pendidikan, pemerintah, maupun mitra usaha menjadi dorongan penting dalam implementasi digitalisasi.

- Modal usaha dan akses pembiayaan juga penting dalam keberhasilan UMKM menerapkan *e-commerce*. Ketersediaan modal menjadi penentu dalam mendukung proses transformasi digital. Modal yang cukup memungkinkan pelaku UMKM berinvestasi dalam infrastruktur digital.
- Inovasi produk dan layanan; UMKM yang mampu berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan melalui platform digital memiliki daya saing yang lebih tinggi dan peluang bertahan yang lebih besar

Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan oleh *e-commerce*, terdapat sejumlah kendala yang masih dihadapi oleh UMKM dalam proses implementasinya. Rendahnya literasi digital dan kompetensi teknologi bisa menjadi kendala dalam transformasi digital. Banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai tentang teknologi informasi dan sistem akuntansi digital, sehingga menyulitkan proses digitalisasi bisnis.

Keterbatasan infrastruktur teknologi juga menjadi masalah dalam implementasi *e-commerce* bagi UMKM. Masalah seperti akses internet yang belum merata, perangkat keras dan lunak yang mahal, serta minimnya pelatihan membuat sebagian UMKM kesulitan mengakses pasar digital secara optimal. Masalah resistensi terhadap perubahan dan budaya menjadi kendala selanjutnya dalam transformasi digital bagi pelaku UMKM Organisasi. Ketidaksiapan mental dan budaya organisasi yang masih konvensional menjadi hambatan tersendiri dalam adopsi teknologi digital. Hal ini sering terjadi pada UMKM yang telah lama beroperasi secara tradisional. Minimnya dukungan kebijakan yang konkret, meskipun terdapat berbagai program pemerintah, masih ditemukan keluhan dari pelaku UMKM terkait birokrasi dan kurangnya pendampingan teknis dalam proses digitalisasi. Kendala terakhir adalah tantangan keamanan digital dan perlindungan konsumen. Kurangnya kesadaran akan pentingnya keamanan data dan privasi konsumen menjadi kendala tersendiri bagi UMKM dalam membangun kepercayaan konsumen di dunia digital.

DISKUSI

Berdasarkan analisis literatur yang dilakukan, penelitian ini menemukan beberapa temuan utama terkait penerapan *e-commerce* oleh UMKM bukan hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia, kepemimpinan, serta dukungan ekosistem yang kuat. Strategi kolaboratif antara UMKM, pemerintah, institusi pendidikan, dan platform digital menjadi krusial untuk mempercepat adopsi teknologi. Adanya pelatihan digital, penyederhanaan regulasi, dan insentif keuangan merupakan langkah nyata yang dibutuhkan untuk menanggulangi hambatan-hambatan yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap berbagai penelitian mengenai penerapan *e-commerce* pada UMKM di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa penerapan *e-commerce* memiliki dampak positif terhadap UMKM, khususnya dalam peningkatan pendapatan, perluasan akses pasar, efisiensi operasional, serta peningkatan daya saing usaha. UMKM yang berhasil mengadopsi *e-commerce* cenderung mampu bertahan dan bahkan berkembang di tengah tantangan ekonomi, termasuk masa pandemi COVID-19.

Terdapat beberapa faktor keberhasilan penerapan *e-commerce* oleh UMKM yang meliputi kompetensi SDM, inovasi dan adaptasi, ketersediaan modal usaha, pemanfaatan teknologi informasi dalam digital marketing, serta kolaborasi antar sektor UMKM. Selain itu terdapat juga beberapa faktor hambatan dan tantangan utama dalam yang dihadapi UMKM dalam penerapan *e-commerce*, seperti: kurangnya literasi digital dan keterampilan teknologi, terbatasnya infrastruktur digital, kurangnya adaptasi dan inovasi terhadap perubahan, minimnya kebijakan dan dukungan pemerintah, serta kekhawatiran terhadap keamanan data.

REFERENSI

- Lubis, F. A. S., & Veri, J. (2024). *Systematic Literature Review Peranan Digital Bagi Usaha-Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)*. Jurnal EK&BI, 7(1), 508–511. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1446>
- Erawati, T., Putri, F. K., Jannah, I., Pandia, S. P., Mutmainah, A. E. S., & Kaleka, F. A. (2024). *Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha UMKM: Study Literatur Review*. INNOVATIVE: Journal of Social Science Research (JSSR), 4(4), 13316–13329. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Lestari, N. P., & Choirunnisa, Z. (2025). *Transformasi Digital dan Ketahanan UMKM: Systematic Literature Review*. Jambura Economic Education Journal, 7(1), 355–372. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jej/index>
- Munandar, A., Wijaya, S., Kusdianto, K. D., Wirdiansyah, R. D., & Slamet, F. (2023). *Penerapan Sistem Digitalisasi dan Kompetensi SDM pada UMKM: Systematic Literature Review*. Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi, 15(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>
- Nugraha, M. F., Santosa, H., & Fitriani, L. K. (2024). *Systematic Literature Review Pengaruh Transformasional Leadership terhadap Adaptasi Digital UMKM Indonesia*. JHM: Jurnal Humaniora Multidisipliner, 8(7), 18–20.
- Simangunsong, B. Y. P. (2024). *Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review*. Universitas Borneo Tarakan.
- Putri, N. R. H., Ayem, S., Listyawati, R., Darmawan, R., & Febrian, W. (2024). *Systematic Literature Review Keberlangsungan Usaha dalam UMKM: Tinjauan Sistematis*. Jurnal EKONOMIKA45, 12(1), 43–61. <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/ekonomika>
- Purwanto, S. A., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, N. R., Putri, M. Y. S., & Dustyanto, J. C. (2024). *Pengaruh Penerapan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literatur Sistematis*. Liabilities, 7(2), 35–36.

- Yuniarti, N. A., Sunarka, P. S., Mahesa, D., & Pamudya, R. A. (2024). *Kualitas SDM dan Literasi Keuangan Pada UMKM di Era Digitalisasi: Systematic Literature Review*. *JPRO*, 5(2), 278–280.
- Hakam, I. A., Fatahillah, K., Faniati, R. N., Izzah, N. N., & Putra, R. S. (2023). *A Systematic Literature Review: Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) Melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia*. Volume 02 Nomor 01 Tahun 2023, 61–72.
- Mutia, I. T., & Santoso, D. (2021). Analisis Faktor Keberhasilan dan Hambatan dalam Implementasi E-Commerce pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(1), 25–33.
- Hasan, M. I., & Yuliani, N. (2020). Faktor Penentu Keberhasilan UMKM dalam Mengadopsi E-Commerce: Studi Literatur. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 61–70.
- Wahyuni, S., & Jannah, R. (2022). Transformasi Digital UMKM melalui Pemanfaatan E-Commerce: Analisis SWOT. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 45–54.