

MSME Performance in West Java Seen from Internal Factors: Systematic Literature Review (SLR)

Kinerja UMKM di Jawa Barat Dilihat dari Faktor Internal: Systematic Literature Review (SLR)

Fathana Salsa Hayani¹, Dede Jajang², Neneng Sofiyanti³, Nunung Nurhasanah⁴

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

¹Salsafathana01@gmail.com, ²jajang@fe.unsika.ac.id,

³neneng.sofiyanti@fe.unsika.ac.id, ⁴nunungnurhasanah@feb.unsika.ac.id

Disubmit : xx Bulan xx, Diterima : xx Bulan xx, Dipublikasi : xx Bulan xx

Abstract

This research is based on a Systematic Literature Review (SLR) aimed at analyzing internal factors that influence performance in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector in West Java Province. As one of the regions with high industrial and commercial activity, West Java plays a strategic role in supporting national economic growth. According to data from the Central Statistics Agency (BPS) of West Java Province in 2024, there are approximately 641,639 MSME actors contributing significantly to the regional economy. However, this large number of business actors has not yet been fully matched by the optimization of human resource performance within the sector. Therefore, it is important to examine internal performance factors, which encompass four key aspects that affect employee effectiveness. Through an SLR approach covering literature from 2019 to 2024, this study identifies patterns and findings indicating that internal factors play a crucial role in enhancing the performance of MSME employees in West Java.

Keywords: Systematic Literature Review (SLR), Central Statistics Agency, West Java, MSME, Human Resources, Performance, Internal Factor Financial Management, Strategy, Service Performance, RSUD Sanana, BLUD, Service Efficiency.

Abstrak

Penelitian ini disusun berdasarkan hasil *Systematic Literature Review (SLR)* yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Jawa Barat. Sebagai salah satu wilayah dengan aktivitas industri dan perdagangan yang tinggi, Jawa Barat memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat tahun 2024, terdapat sekitar 641.639 pelaku UMKM yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. Namun, besarnya jumlah pelaku usaha tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan optimalisasi kinerja sumber daya manusia di dalamnya. Oleh karena itu, penting untuk meninjau faktor internal kinerja yang meliputi empat aspek (SDM, Keuangan, Operasional, Pemasaran) utama yang berpengaruh terhadap efektivitas kerja karyawan. Melalui pendekatan SLR terhadap literatur dalam kurun waktu 2019–2024, penelitian ini mengidentifikasi pola dan temuan yang menunjukkan bahwa faktor internal memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Jawa Barat.

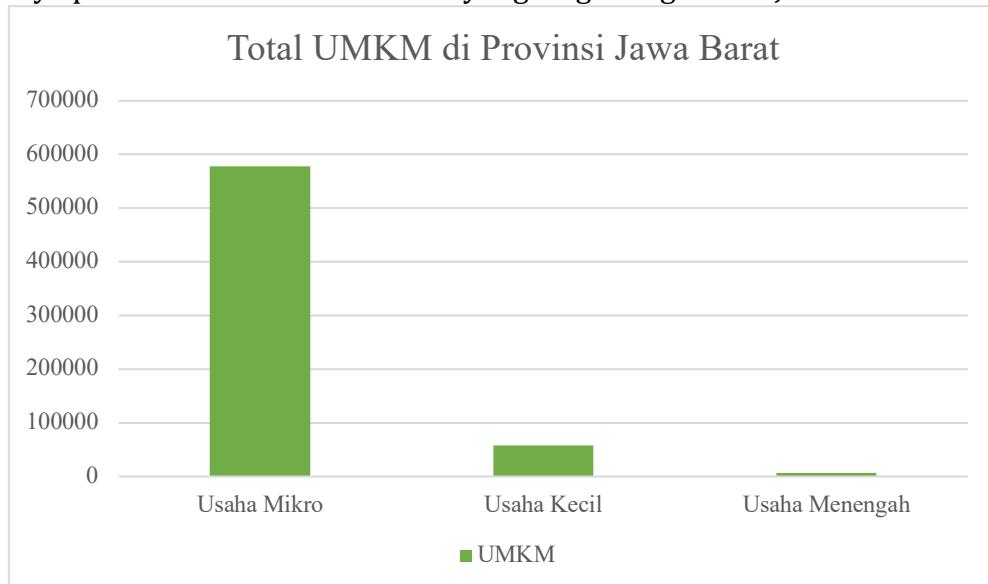
Kata Kunci: Systematic Literature Review (SLR), Badan Pusat Statistik, Jawa Barat, UMKM, Sumber Daya Manusia, Kinerja, Faktor Internal

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian nasional karena peran strategisnya dalam menyerap tenaga kerja secara langsung serta memberdayakan masyarakat di berbagai sektor (Aminah & Rahman, 2022; Hartono & Susanti, 2023; Umi Rusilowati et al., 2025). Seiring dengan kemajuan zaman dan perkembangan teknologi, UMKM menghadapi tantangan yang semakin kompleks, baik di pasar lokal maupun digital. Dalam konteks tersebut,

berbagai penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja pelaku UMKM berpengaruh signifikan terhadap peningkatan produktivitas dan keberlanjutan usaha (Kurniawati & Putra, 2021; Umi Rusilowati et al., 2025).

Faktor internal kerja yang terstruktur dan dikelola secara strategis terbukti mampu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia serta motivasi intrinsik, baik bagi karyawan maupun pemilik UMKM (Santoso, 2020; Wulandari & Prasetyo, 2023). Menurut Lestari et al. (2024), penguatan faktor internal—terutama dalam aspek kemampuan individu, motivasi, dan budaya kerja yang sehat—memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan produktivitas dan loyalitas tenaga kerja, khususnya pada sektor ritel dan UMKM yang tergabung dalam JIC Nusantara.



Gambar 1. Data UMKM di Jawa Barat

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat, 2024.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang ditampilkan pada Gambar 1, menunjukkan bahwa UMKM di Provinsi Jawa Barat terdapat 577.475 unit UMKM Mikro, 57.747 UMKM kecil, 6.416 UMKM menengah. Dengan ini UMKM di Provinsi Jawa Barat perlu mempertahankan bahkan mengembangkan jumlah UMKM yang ada.

Dalam upaya mengembangkan UMKM di Provinsi Jawa Barat perlu adanya Analisa terkait faktor internal kinerja guna meningkatkan produktivitas UMKM tersebut.

2. Metode

Metode *Systematic Literature Review (SLR)* digunakan dalam penelitian ini untuk meninjau secara mendalam topik tertentu yang berfokus pada permasalahan spesifik yang telah diidentifikasi sebelumnya. Proses SLR dilakukan secara sistematis melalui tahapan klasifikasi, penilaian kritis, penyimpulan, dan seleksi literatur berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, dengan berlandaskan pada bukti empiris serta hasil riset berkualitas yang relevan dengan pertanyaan penelitian (Latifah & Ritonga, 2020).

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari artikel ilmiah yang memiliki *ISSN (International Standard Serial Number)* maupun *E-ISSN (Electronic International Standard Serial Number)*, yang berfungsi sebagai data sekunder. Proses

penelusuran literatur dilakukan menggunakan mesin pencari *Google Scholar* melalui situs <http://scholar.google.co.id>, karena platform tersebut menyediakan akses luas dan metode pencarian yang efisien terhadap berbagai publikasi ilmiah internasional maupun nasional.

Kata kunci yang digunakan dalam proses pencarian adalah “*Kinerja UMKM Faktor Esternal dan Faktor Internal*” serta “*Faktor Determinan Kinerja UMKM*”. Fokus penelitian diarahkan pada faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja UMKM di Jawa Barat. Penentuan literatur dilakukan menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi, di mana hanya artikel yang diterbitkan dalam rentang waktu 2019–2024 serta memiliki relevansi langsung dengan pembahasan mengenai faktor internal yang memengaruhi kinerja UMKM di Jawa Barat yang dimasukkan dalam analisis.

Pertanyaan Penelitian (*Research Question*)

Pertanyaan penelitian yang digunakan dalam studi ini dirancang untuk memandu proses analisis dan sintesis literatur dalam kerangka *Systematic Literature Review (SLR)*. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

RQ1: Faktor-faktor internal apa saja yang memengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat?

RQ2: Metode apa yang digunakan dalam pengumpulan dan analisis data terkait kinerja UMKM di Jawa Barat?

RQ3: Apa solusi atau rekomendasi terbaik yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM di Jawa Barat? Penilaian Kualitas (*Quality Assessment*)

Tahap quality assessment dilakukan untuk mengevaluasi kualitas dan relevansi setiap artikel yang terpilih terhadap tujuan penelitian. Proses penilaian ini berlandaskan pada kriteria yang disusun berdasarkan pertanyaan penelitian. Adapun indikator penilaian kualitas yang digunakan adalah sebagai berikut:

QA1: Apakah artikel atau paper tersebut diterbitkan dalam rentang waktu tahun 2019–2024?

QA2: Apakah artikel tersebut membahas secara spesifik mengenai analisis faktor internal yang memengaruhi kinerja UMKM di Jawa Barat?

QA3: Apakah artikel tersebut secara eksplisit membahas aspek kinerja UMKM dalam konteks penelitian di Jawa Barat?

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Search Process serta Inclusion and Exclusion Criteria

Berdasarkan hasil proses pencarian literatur serta penerapan kriteria inklusi dan eksklusi pada tabel 1 diperoleh sebanyak 147 artikel ilmiah atau paper jurnal yang memenuhi kriteria penelitian. Artikel-artikel tersebut dipublikasikan dalam rentang waktu 2019–2024 dan memiliki fokus pembahasan yang relevan dengan faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat.

Seluruh artikel yang memenuhi kriteria kemudian dijadikan sumber data sekunder untuk dianalisis lebih mendalam melalui tahapan seleksi dan sintesis literatur. Proses ini dilakukan guna memastikan bahwa setiap studi yang dipilih memiliki kesesuaian tematik, kualitas publikasi yang baik, serta relevansi langsung dengan tujuan penelitian.

Tabel 1. Hasil Search Process serta Inclusion and Exclusion Criteria

No.	Deskripsi	Hasil Pencarian
1	Artikel yang didapati dalam rentang waktu 2019-2024	96
2	Artikel yang tidak sesuai dengan inclusion dan exclusion criteria	52
3	Artikel yang tidak ditemukan full text atau tidak dapat diakses	66
Total artikel dari proses pencarian		214

Sumber: Data Olahan

Hasil RQ1: Faktor Internal yang Berpengaruh terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. Faktor internal merupakan fondasi utama dalam membangun serta menetapkan sasaran dan strategi organisasi, dengan tujuan untuk menciptakan kekuatan (*strengths*) dan mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang berasal dari lingkungan internal suatu entitas bisnis. Pada konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), faktor internal memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan kinerja dan daya saing usaha.

Berdasarkan hasil sintesis literatur dari berbagai penelitian dalam periode 2019–2024, ditemukan bahwa faktor internal yang memengaruhi kinerja UMKM di Jawa Barat dapat dikelompokkan ke dalam empat aspek utama, yaitu:

Tabel 2. Faktor internal yang berpengaruh pada Kinerja UMKM di Jawa Barat

Faktor Internal	Jumlah Peneliti
Aspek Sumber Daya Manusia	
Kompetensi SDM	40
Pelatihan & Pengembangan SDM	31
Orientasi kewirausahaan	32
Motivasi Kerja	24
Kapabilitas Manajerial	23
Aspek Keuangan	
Literasi keuangan	28
Pengetahuan keuangan	22
Perilaku keuangan	18
Inklusi keuangan	20
Akses pembiayaan	27
Adopsi fintech	15
Aspek Operasional dan Teknis	
Inovasi Produk/Proses	30
Infrastruktur Usaha	17
Kontrol Internal & Perencanaan	19
Aspek Pasar dan Pemasaran	
Strategi pemasaran	29
Pemahaman Konsumen	26
Media sosial / e-commerce	29
Orientasi pasar	22
Manajemen merek (<i>branding</i>)	14

Sumber: Data olahan

Secara keseluruhan, hasil *Systematic Literature Review (SLR)* menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan literasi keuangan menjadi prioritas utama dalam penguatan faktor internal UMKM di Jawa Barat. Selain itu, penguatan aspek inovasi dan strategi pemasaran digital juga menjadi strategi penting untuk mendukung kinerja UMKM yang berkelanjutan di era transformasi ekonomi dan teknologi.

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia menjadi fondasi utama dalam keberlangsungan dan peningkatan kinerja UMKM. Faktor seperti kompetensi, orientasi kewirausahaan, motivasi kerja, dan pelatihan sangat menentukan kemampuan pelaku usaha untuk mengelola perubahan serta menciptakan inovasi bisnis.

Menurut Wulandari dan Prasetyo (2023), kompetensi SDM yang tinggi mampu meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar serta memperkuat daya saing melalui inovasi berkelanjutan. Santoso (2020) menegaskan bahwa pelatihan dan pengembangan karyawan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan produktivitas dan efektivitas kerja, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja organisasi. Selain itu, Lestari et al. (2024) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan, seperti keberanian mengambil risiko dan kemampuan mengidentifikasi peluang, menjadi penggerak utama dalam menciptakan nilai ekonomi baru di sektor UMKM.

Di wilayah Jawa Barat, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam peningkatan kapasitas SDM, terutama dalam hal manajemen waktu, keterampilan digital, dan adaptasi terhadap teknologi baru. Rachmawati dan Fitriani (2022) menambahkan bahwa kurangnya pelatihan berbasis kebutuhan pasar menyebabkan rendahnya produktivitas dan daya saing UMKM di tingkat lokal.

Aspek Keuangan

Faktor keuangan menjadi unsur krusial dalam menentukan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang. Aspek ini mencakup literasi keuangan, pengelolaan modal, inklusi keuangan, dan pemanfaatan teknologi keuangan (*fintech*).

Menurut Handayani dan Putra (2023), tingkat literasi keuangan pelaku UMKM di Jawa Barat masih tergolong rendah, sehingga sering terjadi kesalahan dalam perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan investasi. Kurniawan et al. (2021) menyebutkan bahwa inklusi keuangan, khususnya akses terhadap lembaga pembiayaan formal, berperan besar dalam mendukung keberlangsungan usaha mikro dan kecil. Pemanfaatan teknologi finansial (*fintech*) juga menjadi katalis peningkatan efisiensi transaksi dan memperluas akses modal kerja (Rahma & Sari, 2022).

Di Jawa Barat, penetrasi layanan fintech menunjukkan tren peningkatan signifikan. Hal ini memudahkan pelaku UMKM dalam memperoleh modal, mengatur arus kas, serta melakukan transaksi digital. Namun, rendahnya pemahaman terhadap manajemen risiko keuangan masih menjadi tantangan utama (Prabowo, 2024).

Aspek Operasional dan Teknis

Aspek operasional dan teknis mencakup inovasi produk, efisiensi proses produksi, penggunaan teknologi, serta infrastruktur pendukung. Faktor ini menjadi penentu utama dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha.

Menurut Suharyadi dan Hidayat (2021), inovasi menjadi elemen penting bagi UMKM untuk menghadapi dinamika pasar dan perubahan teknologi. Pelaku UMKM yang mampu berinovasi dalam produk maupun proses produksi akan lebih adaptif terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Nuraini et al. (2020) menemukan bahwa dukungan infrastruktur, baik fisik maupun digital, memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha kecil.

Di wilayah industri seperti Cikarang dan Bandung, adaptasi terhadap sistem produksi berbasis digital (misalnya *smart manufacturing* atau *automation tools*) mulai diterapkan oleh sebagian UMKM (Ramdani & Yusuf, 2023). Namun, tantangan berupa keterbatasan teknologi dan biaya investasi masih menjadi penghambat utama bagi pelaku usaha mikro.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Faktor pemasaran berperan strategis dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk UMKM. Sub-aspek yang paling dominan antara lain strategi pemasaran digital, orientasi pasar, merek (branding), serta pemanfaatan e-commerce dan media sosial.

Menurut Setiawan dan Hapsari (2022), kemampuan UMKM dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan marketplace online telah meningkatkan eksposur produk dan memperluas segmen konsumen. Putri et al. (2021) menambahkan bahwa strategi pemasaran digital yang tepat sasaran dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan. Selain itu, Amalia dan Siregar (2023) menyebutkan bahwa orientasi pasar yang responsif terhadap kebutuhan konsumen menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis di tengah persaingan global.

Di Jawa Barat, penggunaan platform digital untuk pemasaran UMKM meningkat pesat selama periode 2020–2024, terutama pasca-pandemi COVID-19. Namun, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam konsistensi promosi dan pengelolaan merek (Yuliani & Rafi, 2024).

Keempat aspek internal yaitu SDM, keuangan, operasional-teknis, dan pemasaran memiliki keterkaitan yang kuat dalam membentuk kinerja UMKM di Jawa Barat. Aspek SDM dan keuangan menempati posisi dominan sebagai *enabler* utama, sementara aspek operasional dan pemasaran berperan sebagai *accelerator* bagi pertumbuhan bisnis. Penguatan kompetensi SDM, literasi keuangan, inovasi teknologi, serta strategi pemasaran digital merupakan faktor kunci yang perlu dikembangkan secara simultan untuk mewujudkan UMKM berdaya saing dan berkelanjutan di era transformasi ekonomi digital.

Hasil dari RQ2: Teknik Penghimpunan Data dan Metode Pengamatan

Melihat teknik penghimpunan data dan metode pengamatan faktor internal yang berpengaruh terhadap UMKM di Jawa Barat, didapat bahwa penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan persentase 65%, kualitatif 21%, dan *Mixed Methods* 14% menjadi metode dan teknik penghimpunan data yang dipakai.

Hasil RQ3: Solusi dan jawaban dari pemasalahannya kinerja UMKM di Jawa Barat.

Secara keseluruhan, peningkatan kinerja UMKM di Jawa Barat membutuhkan pendekatan yang integratif dan kolaboratif, mencakup penguatan kompetensi sumber

daya manusia, peningkatan literasi keuangan, penerapan teknologi operasional, serta transformasi strategi pemasaran digital. Menurut Suhartini dan Nugroho (2021), penguatan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pengembangan berkelanjutan terbukti meningkatkan efektivitas organisasi dan produktivitas pelaku UMKM. Sementara itu, Wulandari dan Prasetyo (2023) menegaskan bahwa literasi keuangan yang baik tidak hanya membantu UMKM dalam pengelolaan arus kas, tetapi juga meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan ekonomi.

Dari sisi operasional, Putra et al. (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi proses bisnis dan penerapan teknologi tepat guna mampu menekan biaya produksi serta meningkatkan efisiensi kerja UMKM. Transformasi ini perlu diimbangi dengan strategi pemasaran digital yang efektif. Lestari dan Handayani (2024) mengungkapkan bahwa optimalisasi media sosial dan e-commerce menjadi kunci utama dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat loyalitas konsumen di era digital.

Keempat aspek internal ini saling berkaitan dalam menciptakan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dengan dukungan kebijakan yang adaptif serta kolaborasi lintas pemangku kepentingan, sebagaimana disarankan oleh Ramadhan dan Yusuf (2023), UMKM di Jawa Barat memiliki potensi besar untuk bertransformasi menjadi sektor ekonomi yang tangguh, inovatif, dan berorientasi ekspor di era ekonomi digital.

4. Simpulan

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal yang memengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap literatur yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2024.

Faktor internal (RQ1) yang paling dominan memengaruhi kinerja UMKM di Jawa Barat dikelompokkan menjadi empat aspek utama: Sumber Daya Manusia (SDM), Keuangan, Operasional dan Teknis, serta Pasar dan Pemasaran. Aspek SDM, terutama peningkatan kompetensi, dan aspek Keuangan, khususnya literasi keuangan, menempati posisi sentral sebagai pendorong utama (enabler) kinerja.

Berdasarkan tinjauan (RQ2), sebagian besar penelitian terdahulu yang mengkaji faktor internal kinerja UMKM di Jawa Barat cenderung menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik penghimpunan data melalui penyebaran angket atau kuesioner. Hal ini mengindikasikan adanya keterbatasan eksplorasi data mendalam (kualitatif) dalam memahami mekanisme faktor internal.

Peningkatan kinerja UMKM di Jawa Barat (RQ3) membutuhkan pendekatan yang integratif dan kolaboratif. Solusi utama mencakup penguatan kompetensi SDM melalui pelatihan berkelanjutan, peningkatan literasi dan inklusi keuangan (termasuk adopsi fintech), digitalisasi proses operasional, dan transformasi strategi pemasaran ke platform digital dan *e-commerce*.

Saran

Berdasarkan temuan-temuan kunci dari tinjauan literatur sistematis ini, disajikan beberapa rekomendasi strategis yang ditujukan kepada pemangku kepentingan utama, yaitu pelaku UMKM, institusi pendukung, dan peneliti selanjutnya, untuk mengoptimalkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat. Untuk pelaku UMKM, langkah-langkah proaktif harus diambil dalam memperkuat faktor internal inti, yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) dan

Keuangan. Pelaku UMKM wajib mengalokasikan sumber daya untuk pelatihan yang terfokus pada peningkatan kompetensi SDM berkelanjutan, meliputi keterampilan digital (pengelolaan media sosial, *e-commerce*, dan analisis data sederhana) serta kapabilitas manajerial (manajemen waktu, kepemimpinan, dan perencanaan strategis), mengingat kompetensi SDM adalah *enabler* utama kinerja. Selain itu, penguatan literasi keuangan dan adopsi *Fintech* juga krusial, di mana pelaku usaha perlu mencari pelatihan mengenai pembukuan sederhana, analisis arus kas, dan manajemen risiko keuangan, serta mengintensifkan pemanfaatan teknologi finansial (*fintech*) tidak hanya untuk akses pembiayaan tetapi juga untuk efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan yang transparan. Terakhir, pelaku UMKM perlu secara rutin melakukan survei pasar kecil-kecilan (orientasi pasar) sebagai dasar untuk melakukan inovasi produk atau proses secara cepat dan adaptif.

Sementara itu, Pemerintah Provinsi Jawa Barat (Dinas Koperasi dan UKM) dan institusi pendukung lainnya (Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan, Komunitas Bisnis) perlu fokus pada intervensi yang bersifat kolaboratif dan terintegrasi. Hal ini mencakup Desain Program Pelatihan Berbasis Kebutuhan, di mana program pelatihan SDM harus dirancang berdasarkan hasil *assessment* kebutuhan spesifik per sektor UMKM, bukan program yang bersifat umum, dengan memprioritaskan program yang menggabungkan peningkatan kompetensi teknis dan non-teknis. Institusi juga perlu mendorong Akselerasi Inklusi dan Digitalisasi Keuangan melalui kemitraan antara lembaga keuangan formal dengan penyedia *fintech* untuk mempermudah akses pembiayaan yang adaptif bagi UMKM, disertai edukasi manajemen risiko. Selain itu, Pengembangan Infrastruktur Digital Regional penting untuk mengembangkan ekosistem digital yang merata, sehingga UMKM Mikro di daerah pedesaan juga dapat mengadopsi teknologi operasional dan pemasaran digital secara efektif.

Terakhir, penelitian ini menemukan adanya keterbatasan eksplorasi data mendalam mengenai mekanisme internal UMKM karena mayoritas studi terdahulu cenderung menggunakan metode kuantitatif (65%). Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk Meningkatkan Eksplorasi Kualitatif melalui pendekatan kualitatif murni atau Mixed Methods eksploratif (*sequential exploratory design*) untuk menggali secara mendalam bagaimana faktor internal diimplementasikan di tingkat operasional. Selain itu, disarankan untuk melakukan Pengujian Model Integratif dengan mengembangkan dan menguji model struktural yang mengintegrasikan secara simultan hubungan kausal antara keempat aspek internal (SDM, Keuangan, Operasional, Pemasaran) terhadap kinerja, menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Peneliti selanjutnya juga dapat Fokus pada UMKM Berorientasi Ekspor untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat direplikasi, dengan melakukan SLR atau penelitian empiris yang secara spesifik mengkaji faktor-faktor internal yang membedakan kinerja UMKM yang sukses beralih ke pasar ekspor.

5. Daftar Pustaka

- Amalia, R., & Siregar, H. (2023). Orientasi pasar dan strategi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 155–167.
- Aminah, N., & Rahman, S. (2022). Peran UMKM dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 8(1), 45–56.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat. (2024). *Statistik UMKM Jawa Barat Tahun 2024*. Bandung: BPS Jawa Barat.

- Handayani, D., & Putra, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(3), 201–213.
- Hartono, T., & Susanti, M. (2023). Analisis kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 12(1), 88–99.
- Kurniawan, D., Rahmi, A., & Hidayat, F. (2021). Inklusi keuangan dan kinerja usaha mikro di wilayah perkotaan. *Jurnal Ekonomi Mikro Indonesia*, 9(2), 132–145.
- Kurniawati, D., & Putra, A. (2021). Motivasi kerja pelaku UMKM dalam meningkatkan produktivitas usaha di era digital. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 5(1), 55–66.
- Latifah, N., & Ritonga, F. (2020). Pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dalam penelitian manajemen: Konsep, prosedur, dan penerapan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 97–109.
- Lestari, D., & Handayani, N. (2024). Optimalisasi e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 15(1), 44–58.
- Lestari, D., Samosir, A., & Priyono, B. (2024). Pengaruh kemampuan individu dan budaya kerja terhadap kinerja karyawan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(1), 60–72.
- Nuraini, S., Hidayah, R., & Maulana, A. (2020). Infrastruktur digital dan produktivitas usaha kecil di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Pembangunan*, 6(3), 188–198.
- Prabowo, Y. (2024). Manajemen risiko keuangan dan keberlanjutan UMKM di masa transisi digital. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(2), 112–125.
- Putra, B., Nugraha, F., & Sari, I. (2022). Digitalisasi proses bisnis sebagai strategi efisiensi bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Transformasi Ekonomi*, 13(1), 71–84.
- Putri, L., Fadilah, R., & Nurdin, A. (2021). Strategi pemasaran digital dan loyalitas pelanggan UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 98–110.
- Rachmawati, E., & Fitriani, T. (2022). Kebutuhan pelatihan berbasis pasar bagi pelaku UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Pelatihan dan Pengembangan SDM*, 7(1), 25–36.
- Rahma, N., & Sari, D. (2022). Peran fintech dalam mendukung inklusi keuangan bagi UMKM. *Jurnal Keuangan Digital*, 2(1), 39–50.
- Ramadhan, A., & Yusuf, I. (2023). Kolaborasi lintas sektor dalam pemberdayaan UMKM menuju ekonomi digital berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Inovatif*, 11(4), 205–218.
- Ramdani, A., & Yusuf, M. (2023). Adopsi teknologi produksi digital oleh UMKM di kawasan industri Jawa Barat. *Jurnal Industri dan Teknologi*, 5(2), 120–133.
- Santoso, B. (2020). Pelatihan dan pengembangan SDM sebagai determinan kinerja organisasi UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(3), 155–164.
- Setiawan, R., & Hapsari, A. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran produk UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kontemporer*, 6(2), 99–112.
- Suharyadi, H., & Hidayat, L. (2021). Inovasi produk dan proses sebagai pendorong keberlanjutan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 9(1), 22–35.
- Suhartini, E., & Nugroho, S. (2021). Pelatihan dan pengembangan SDM terhadap produktivitas pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan SDM*, 9(2), 145–157.
- Umi Rusilowati, D., Pratiwi, R., & Yuliana, S. (2025). Dinamika kinerja UMKM di Indonesia: Analisis faktor internal dan eksternal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 15(1), 12–28.

Wulandari, S., & Prasetyo, E. (2023). Kompetensi sumber daya manusia dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di era digital. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 10(2), 144–159.

Yuliani, M., & Rafi, T. (2024). Pengaruh konsistensi promosi digital terhadap citra merek UMKM pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 8(1), 77–88.