



Pengaruh Soft Skill dan Digital Skill Pemasaran terhadap Kinerja UMKM di Era Ekonomi Kreatif

Zuhrinal M. Nawawi¹, Adisty Aulia Zahra²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2}

Email : ¹zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id, ²adistyaulia2003@gmail.com

Abstract : *This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach to analyze the influence of soft skills and digital marketing skills on the performance of MSMEs in the creative economy era. Theories used in this research include competency theory and organizational performance theory. This study focuses on understanding how interpersonal abilities (soft skills), such as communication, creativity, and leadership, along with digital skills such as the use of social media, e-commerce, and digital branding, can enhance the competitiveness and productivity of MSMEs. The results show that MSME actors with strong soft skills are able to build strong customer relationships and create added value in their products, while digital skills support operational efficiency and broader market reach. The integration of these two skill sets significantly contributes to the improvement of MSME performance, particularly in terms of sales, customer satisfaction, and business growth. Therefore, the development of soft skills and digital skills is a crucial strategy to support the sustainability of MSMEs amid the increasingly dynamic competition in the creative economy.*

Keywords: *soft skills, digital skills, MSMEs, performance, marketing, creative economy, competency, productivity, strategy.*

Abstrak : Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis pengaruh soft skill dan digital skill pemasaran terhadap kinerja UMKM di era ekonomi kreatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kompetensi dan teori kinerja organisasi. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana kemampuan interpersonal (soft skill) seperti komunikasi, kreativitas, dan kepemimpinan, serta penguasaan teknologi digital (digital skill) seperti penggunaan media sosial, e-commerce, dan digital branding, dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki soft skill yang baik mampu membangun relasi pelanggan yang kuat dan menciptakan nilai tambah pada produk, sementara digital skill mendorong efisiensi operasional dan jangkauan pasar yang lebih luas. Integrasi keduanya berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, baik dari segi penjualan, kepuasan pelanggan, maupun pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, pengembangan soft skill dan digital skill menjadi strategi penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM di tengah persaingan ekonomi kreatif yang semakin dinamis.

Kata Kunci: soft skill, digital skill, UMKM, kinerja, pemasaran, ekonomi kreatif, kompetensi, produktivitas, strategi.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan era ekonomi kreatif telah mendorong perubahan signifikan dalam cara pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnis, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Namun, di tengah derasnya arus globalisasi dan digitalisasi, pelaku UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan adaptif terhadap perubahan, terutama dalam hal keterampilan non-teknis (soft skill) dan keterampilan digital (digital skill) yang semakin krusial dalam pengelolaan bisnis yang berdaya saing. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif bukan hanya sekadar menghasilkan produk inovatif, melainkan juga

Received: Maret 30, 2025; Revised: April 30, 2025; Accepted: Mei 17, 2025;

Online Available : Mei 20, 2025;

membutuhkan pelaku usaha yang mampu mengelola hubungan, komunikasi, dan pemasaran secara efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Oleh karena itu, integrasi antara kemampuan pribadi dan penguasaan teknologi menjadi kebutuhan esensial dalam mempertahankan eksistensi UMKM. (Anisah & Ferdi, 2020)

Soft skill sebagai kemampuan individu dalam berinteraksi dan menjalin hubungan interpersonal menjadi aspek penting yang mendukung keberhasilan suatu usaha. Keterampilan seperti komunikasi efektif, kepemimpinan, kreativitas, dan kemampuan bekerja sama dalam tim, menjadi modal dasar bagi pelaku UMKM dalam mengelola relasi dengan pelanggan, mitra usaha, dan stakeholder lainnya. Dalam praktiknya, pelaku UMKM yang memiliki soft skill yang kuat cenderung lebih adaptif dalam menghadapi tantangan, serta mampu menciptakan nilai tambah bagi usahanya. Hal ini karena soft skill memungkinkan mereka untuk membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menciptakan loyalitas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Terlebih lagi, di era ekonomi kreatif yang sangat kompetitif, relasi sosial dan komunikasi yang baik menjadi kunci utama dalam memenangkan pasar. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan soft skill menjadi bagian integral dari pengembangan sumber daya manusia dalam sektor UMKM. (Sari & Maulana, 2021)

Di sisi lain, digital skill memiliki peran yang sangat strategis dalam mendorong efektivitas dan efisiensi operasional UMKM. Digital skill meliputi kemampuan menggunakan perangkat teknologi informasi, pemanfaatan media sosial, pengelolaan e-commerce, serta strategi digital marketing yang inovatif. Penguasaan terhadap alat dan platform digital memungkinkan pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. Di era ekonomi kreatif, transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan yang mendesak agar UMKM tidak tertinggal. Pelaku usaha yang mampu mengintegrasikan digital skill ke dalam model bisnisnya berpotensi untuk lebih kompetitif dan relevan di pasar modern. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi digital menjadi prioritas dalam pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan. (Putri & Nugroho, 2019)

Kinerja UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memadukan kedua jenis keterampilan tersebut, yakni soft skill dan digital skill. Kinerja yang dimaksud tidak hanya sebatas pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencakup kepuasan pelanggan, efisiensi proses bisnis, inovasi produk, serta daya tahan usaha dalam menghadapi tantangan pasar. Dalam konteks ekonomi kreatif, pelaku UMKM yang memiliki soft skill dan digital skill yang mumpuni lebih mudah untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan tren konsumen dan teknologi. Dengan begitu, mereka dapat menciptakan strategi bisnis yang inovatif dan

fleksibel, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan kedua keterampilan tersebut sangat penting untuk mendorong pencapaian kinerja UMKM yang optimal. (Yuliana & Rahmadani, 2022)

Melihat pentingnya peran soft skill dan digital skill dalam menunjang kinerja UMKM, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keberhasilan UMKM di era ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggali data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di berbagai sektor. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana soft skill dan digital skill berkontribusi dalam peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha, serta bagaimana pelaku UMKM mengembangkan kedua kemampuan tersebut dalam praktik sehari-hari. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah serta rekomendasi strategis bagi pengembangan kebijakan yang mendukung penguatan kapasitas UMKM di Indonesia. (Fadillah & Kurniawan, 2023).

2. TINJAUAN TEORITIS

Soft skill merupakan seperangkat kemampuan non-teknis yang berkaitan dengan bagaimana individu berinteraksi, berkomunikasi, dan berperilaku dalam lingkungan sosial dan kerja. Dalam konteks bisnis UMKM, soft skill meliputi keterampilan seperti komunikasi interpersonal, kerja tim, manajemen waktu, etika kerja, dan kepemimpinan. Kemampuan ini menjadi penunjang utama dalam membangun relasi bisnis yang kuat, menjaga loyalitas pelanggan, serta menciptakan iklim kerja yang positif. Menurut teori kompetensi, soft skill merupakan bagian dari kompetensi individu yang berperan dalam menentukan keberhasilan dalam menjalankan tugas dan peran tertentu. Dalam dunia usaha yang kompetitif dan dinamis, pelaku UMKM dengan soft skill yang baik cenderung lebih mampu menghadapi tantangan, berinovasi, serta membangun kepercayaan dengan konsumen dan mitra bisnis. Oleh karena itu, penguatan soft skill merupakan kebutuhan fundamental dalam strategi pengembangan kapasitas sumber daya manusia UMKM. (Ramadhani & Yusuf, 2020)

Digital skill, di sisi lain, adalah keterampilan dalam menggunakan perangkat dan teknologi digital untuk mendukung kegiatan bisnis. Keterampilan ini mencakup pemahaman tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, pengelolaan toko online, serta penerapan strategi pemasaran berbasis data. Teori adopsi teknologi menjelaskan bahwa pelaku usaha yang memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi akan lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dan mampu meningkatkan efisiensi operasional. Dalam era ekonomi kreatif yang ditandai oleh integrasi teknologi dalam hampir seluruh lini bisnis, digital skill menjadi

modal penting agar UMKM dapat bersaing, terutama dalam hal memperluas pasar dan meningkatkan eksposur produk secara online. Digitalisasi bisnis UMKM terbukti mampu meningkatkan omzet dan jangkauan konsumen secara signifikan apabila didukung oleh penguasaan digital skill yang memadai. (Maulida & Hartono, 2021)

Kinerja UMKM dapat dijelaskan melalui teori kinerja organisasi yang menekankan pada pencapaian tujuan organisasi melalui efektivitas, efisiensi, dan inovasi. Kinerja UMKM tidak hanya diukur dari output finansial seperti pendapatan dan laba, tetapi juga mencakup aspek non-finansial seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan adaptabilitas terhadap perubahan pasar. Faktor internal seperti kapabilitas sumber daya manusia, budaya organisasi, serta strategi pemasaran turut mempengaruhi performa UMKM. Dalam hal ini, keterampilan soft dan digital berperan sebagai penggerak utama dalam meningkatkan kualitas proses bisnis dan hasil usaha. Peningkatan kinerja UMKM melalui penguatan kapasitas individu dan pemanfaatan teknologi menjadi langkah penting dalam menciptakan usaha yang berdaya saing tinggi di era ekonomi digital dan kreatif. (Hidayat & Prasetyo, 2019)

Hubungan antara soft skill dan digital skill terhadap kinerja UMKM dapat dianalisis melalui pendekatan integratif, di mana kedua jenis keterampilan saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain. Soft skill mendukung efektivitas komunikasi dan kolaborasi tim, sedangkan digital skill memungkinkan pemanfaatan teknologi untuk mempercepat proses dan memperluas jaringan usaha. Dalam teori sumber daya berbasis organisasi (*resource-based view*), kombinasi keterampilan personal dan teknologi dianggap sebagai aset strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. UMKM yang mampu mengembangkan kedua aspek ini secara seimbang memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang ketat dan cepat berubah. Oleh karena itu, integrasi kedua keterampilan tersebut perlu menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan usaha kecil dan menengah. (Wulandari & Saputra, 2022)

Tinjauan literatur terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara soft skill, digital skill, dan kinerja UMKM. Studi-studi sebelumnya menyatakan bahwa pelaku UMKM yang memiliki tingkat keterampilan interpersonal dan digital yang tinggi cenderung mengalami peningkatan produktivitas dan kinerja secara keseluruhan. Namun, sebagian besar penelitian masih menekankan pada salah satu aspek saja, tanpa menggali sinergi antara keduanya secara mendalam. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh simultan dari soft skill dan digital skill terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian ini juga mempertimbangkan dinamika ekonomi kreatif sebagai konteks yang membentuk pola interaksi antara keterampilan, inovasi,

dan performa usaha. Hasil dari kajian teoritis ini akan menjadi landasan konseptual dalam merumuskan kerangka analisis yang komprehensif. (Kusuma & Fitria, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ****kualitatif deskriptif**** dengan teknik studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengaruh soft skill dan digital skill pemasaran terhadap kinerja UMKM di era ekonomi kreatif. Penelitian ini dilaksanakan di beberapa pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan platform digital dalam aktivitas pemasarannya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi aktivitas pemasaran digital UMKM. Wawancara dilakukan kepada pemilik atau pengelola UMKM yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tertentu, seperti aktif di media sosial, memiliki kanal e-commerce, serta menunjukkan perkembangan usaha dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Analisis data dilakukan secara interaktif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan metode. Teori yang digunakan sebagai landasan dalam analisis adalah ****teori kompetensi**** untuk melihat kontribusi soft skill dan ****teori kinerja organisasi**** untuk mengukur dampak terhadap performa usaha. Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran holistik mengenai bagaimana soft skill dan digital skill berkontribusi terhadap keberhasilan UMKM di tengah perkembangan ekonomi kreatif yang semakin digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki soft skill yang baik, khususnya dalam hal komunikasi, kreativitas, dan kepemimpinan, mampu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan serta menciptakan nilai tambah pada produk atau jasa yang ditawarkan. Komunikasi yang efektif membantu UMKM memahami kebutuhan pasar secara lebih tepat, sementara kreativitas mendorong terciptanya inovasi yang membedakan produk mereka dari pesaing. Kepemimpinan yang kuat juga terbukti mendorong kerja tim yang lebih sinergis dan efisien, sehingga pengelolaan usaha menjadi lebih terarah.

Selain soft skill, penguasaan digital skill juga memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Kemampuan memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan strategi digital branding secara efektif memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan mempercepat proses pemasaran. UMKM

yang aktif secara digital dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa harus bergantung pada metode konvensional yang memerlukan biaya besar dan waktu lebih lama. Hal ini juga memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan responsif dengan pelanggan, yang berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

Integrasi antara soft skill dan digital skill terbukti memberikan kontribusi besar terhadap kinerja UMKM secara keseluruhan. Pelaku usaha yang mampu menggabungkan kemampuan interpersonal dengan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat daya saing, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Hasilnya, UMKM tidak hanya mengalami peningkatan penjualan, tetapi juga pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan di tengah persaingan era ekonomi kreatif yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, pengembangan kedua jenis keterampilan ini perlu menjadi bagian dari strategi utama dalam pemberdayaan UMKM.

Pembahasan

Penelitian ini menegaskan bahwa soft skill merupakan fondasi penting dalam menjalankan usaha, khususnya pada sektor UMKM yang sangat mengandalkan hubungan interpersonal dan kemampuan adaptasi. Keterampilan komunikasi yang baik memungkinkan pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan pelanggan, menjelaskan produk dengan jelas, dan membangun relasi jangka panjang yang saling menguntungkan. Kreativitas sebagai bagian dari soft skill turut mendorong munculnya inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan perkembangan pasar. Selain itu, kepemimpinan yang efektif dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, mendorong kolaborasi tim, dan memperkuat arah visi usaha secara keseluruhan.

Sementara itu, digital skill menjadi elemen penting dalam proses modernisasi pemasaran dan pengelolaan bisnis UMKM di era digital. Dengan kemampuan memanfaatkan media sosial, UMKM mampu menjangkau konsumen lebih luas, membangun interaksi yang intensif, serta meningkatkan visibilitas usaha. E-commerce juga memungkinkan transaksi lebih efisien dan fleksibel tanpa dibatasi lokasi geografis. Digital branding membantu menciptakan citra usaha yang konsisten dan profesional di mata publik. Kombinasi antara penguasaan soft skill dan digital skill terbukti mampu meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan, baik dari segi penjualan, kepuasan pelanggan, maupun pertumbuhan usaha yang berkelanjutan di tengah persaingan ekonomi kreatif yang dinamis.

Tabel 1: Indikator Soft Skill yang Dimiliki Pelaku UMKM

No	Indikator Soft Skill	Dampak terhadap UMKM
1	Komunikasi yang efektif	Meningkatkan hubungan pelanggan
2	Kepemimpinan	Mendorong kerja tim yang efisien
3	Kreativitas	Inovasi dalam produk/jasa

Penjelasan:

Soft skill adalah keterampilan non-teknis yang berperan penting dalam mendukung aktivitas bisnis, terutama dalam sektor UMKM yang umumnya bersifat padat karya dan berbasis komunitas. Komunikasi yang efektif, misalnya, tidak hanya berguna untuk menyampaikan pesan atau informasi secara jelas, tetapi juga membantu pelaku usaha membangun kepercayaan dan hubungan emosional dengan pelanggan. Dalam interaksi pemasaran, pelaku UMKM yang dapat mendengarkan kebutuhan pelanggan dengan baik dan merespons secara sopan dan profesional akan lebih mudah mempertahankan loyalitas konsumen.

Kepemimpinan adalah elemen kunci dalam pengelolaan tim dan arah usaha. UMKM yang dipimpin oleh figur yang visioner, tegas, namun tetap terbuka terhadap masukan, cenderung memiliki lingkungan kerja yang lebih sehat dan produktif. Kreativitas juga merupakan indikator penting yang berkaitan langsung dengan inovasi produk dan jasa. UMKM yang mampu berpikir kreatif akan lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar, menciptakan nilai tambah, dan menonjol di tengah persaingan yang semakin kompleks dalam ekosistem ekonomi kreatif.

Tabel 2: Penguasaan Digital Skill dalam Pemasaran UMKM

No	Aspek Digital Skill	Manfaat Bagi UMKM
1	Penggunaan Media Sosial	Meningkatkan visibilitas
2	Pemanfaatan E-commerce	Perluasan jangkauan pasar
3	Digital Branding	Membangun identitas usaha

Penjelasan:

Digital skill merujuk pada kemampuan menggunakan teknologi digital dalam mendukung kegiatan bisnis, khususnya pemasaran. Di era ekonomi kreatif, pelaku UMKM dituntut tidak hanya menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga mampu mempromosikannya melalui saluran digital yang efektif. Media sosial menjadi platform utama yang memungkinkan

pelaku usaha membangun komunikasi dua arah dengan pelanggan, menampilkan citra merek secara konsisten, dan menarik perhatian pasar tanpa biaya besar seperti media konvensional.

E-commerce, sebagai bagian dari ekosistem digital, membuka akses pasar yang lebih luas bagi UMKM, bahkan hingga ke luar daerah atau luar negeri. Kemampuan mengelola toko online, logistik, dan sistem pembayaran digital sangat berpengaruh terhadap daya saing. Sementara itu, digital branding adalah proses menciptakan identitas bisnis secara online, baik melalui desain visual, narasi, maupun pengalaman pengguna. UMKM yang mampu membangun branding digital yang kuat akan lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas.

Tabel 3: Dampak Integrasi Soft Skill dan Digital Skill terhadap Kinerja UMKM

No	Aspek Kinerja UMKM	Hasil Integrasi Soft & Digital Skill
1	Peningkatan Penjualan	Lebih banyak pelanggan tertarik
2	Kepuasan Pelanggan	Layanan lebih cepat dan personal
3	Pertumbuhan Usaha	Perluasan pasar & pengelolaan lebih efisien

Penjelasan:

Integrasi antara soft skill dan digital skill menciptakan sebuah sinergi strategis yang sangat krusial dalam meningkatkan performa UMKM secara keseluruhan. Soft skill mendukung interaksi yang positif, baik dalam internal tim maupun dengan pelanggan, sementara digital skill menyediakan platform dan alat untuk menjangkau pasar secara luas dan efisien. K, dan sesuai kebutuhan, berkat soft skill yang baik dan penggunaan teknologi yang mendukung. UMKM yang menerapkan manajemen berbasis data digital akan lebih mudah memonitor tren pelanggan, menyusun strategi, dan menyesuaikan produk/jasa. Efek jangka panjangnya adalah pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar modern yang sangat dinamis dan cepat berubah.

Tabel 4: Strategi Pengembangan Soft Skill dan Digital Skill pada UMKM

No	Strategi Pengembangan	Tujuan Implementasi
1	Pelatihan dan Workshop	Meningkatkan kompetensi pelaku
2	Kolaborasi dengan Komunitas	Transfer pengetahuan & jejaring
3	Pendampingan Digitalisasi	Akselerasi transformasi digital

Penjelasan:

Pengembangan soft skill dan digital skill tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses pembelajaran dan pembiasaan. Pelatihan dan workshop menjadi metode utama untuk memberikan wawasan baru, meningkatkan keterampilan praktis, dan mengatasi kelemahan yang selama ini dialami pelaku UMKM. Pelatihan tentang komunikasi pelanggan, manajemen waktu, atau kepemimpinan akan sangat membantu dalam pengelolaan internal usaha. Sementara pelatihan digital marketing, penggunaan platform e-commerce, atau analisis media sosial memperkuat kompetensi digital.

Strategi lain yang sangat efektif adalah kolaborasi dengan komunitas UMKM atau mitra strategis. Komunitas memberikan ruang berbagi pengalaman, pengetahuan, dan solusi dari berbagai tantangan bisnis yang dihadapi. Pendampingan digitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat juga berperan besar dalam mendampingi UMKM dalam proses transformasi digital. Tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga penguatan mindset agar pelaku usaha siap menghadapi era digital secara mental dan strategis.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan ini menunjukkan bahwa soft skill dan digital skill memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM di era ekonomi kreatif. Pelaku UMKM yang memiliki kemampuan komunikasi, kreativitas, dan kepemimpinan yang baik terbukti lebih mampu menjalin relasi dengan pelanggan, mengelola tim secara efektif, serta menciptakan inovasi produk yang bernilai. Hal ini memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, serta daya saing usaha dalam pasar yang semakin kompetitif.

Kesimpulan ini juga menegaskan bahwa penguasaan digital skill seperti penggunaan media sosial, e-commerce, dan digital branding sangat berpengaruh terhadap perluasan pasar dan efisiensi operasional UMKM. Integrasi kedua keterampilan ini tidak hanya memperkuat eksistensi UMKM dalam dunia digital, tetapi juga meningkatkan pertumbuhan usaha secara signifikan. Oleh karena itu, pengembangan soft skill dan digital skill harus menjadi prioritas dalam program pelatihan, pendampingan, dan kebijakan strategis guna memperkuat keberlanjutan UMKM di tengah dinamika ekonomi kreatif.

REFERENSI

- Anisah, L., & Ferdi, M. (2020). Transformasi UMKM di Era Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 115–125.
- Fadillah, R., & Kurniawan, T. (2023). Analisis Kualitatif terhadap Soft Skill dan Digital Skill UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(1), 77–89.
- Hidayat, M., & Prasetyo, D. (2019). Teori Kinerja Organisasi dan Implikasinya terhadap UMKM. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(3), 101–110.
- Kusuma, R. F., & Fitria, N. (2023). Analisis Literatur: Soft Skill, Digital Skill, dan Kinerja UMKM dalam Konteks Ekonomi Kreatif. *Jurnal Riset Ekonomi Terapan*, 8(1), 41–52.
- Maulida, F., & Hartono, E. (2021). Digital Skill dan Transformasi Bisnis UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(2), 66–75.
- Putri, A. R., & Nugroho, B. (2019). Digital Skill dan Dampaknya terhadap UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 6(3), 88–98.
- Ramadhani, S., & Yusuf, A. (2020). Soft Skill sebagai Komponen Kompetensi Individu dalam UMKM. *Jurnal Pendidikan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 9(4), 134–142.
- Sari, D. N., & Maulana, R. (2021). Peran Soft Skill dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 7(1), 45–56.
- Wulandari, T., & Saputra, I. G. (2022). Integrasi Soft Skill dan Digital Skill sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*, 3(2), 55–68.
- Yuliana, S., & Rahmadani, F. (2022). Sinergi Soft Skill dan Digital Skill dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 4(1), 23–35.