

MENINJAU PERAN INOVASI DALAM TRANSFORMASI UMKM: KAJIAN LITERATUR

Neisya Al Mandita¹, Resa Aprilia²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

Email: neisyaalmndta@gmail.com¹, resa.ap245@gmail.com²**Abstract**

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a crucial role in the Indonesian economy, as they contribute greatly to the Gross Domestic Product (GDP) and create many jobs. In facing the digital era and increasingly fierce global competition, innovation is a key element in the transformation process of MSMEs to improve competitiveness and business sustainability. This study aims to evaluate the role of innovation in the transformation process of MSMEs in Indonesia through a literature study approach. The method used is a literature review by reviewing a number of previous studies that discuss the topic of innovation in the context of MSMEs. The findings of this study reveal that innovation - whether in the form of product development, process improvement, or business model renewal - has an important role in driving operational efficiency, expanding market reach, and increasing the income of MSME actors. However, the implementation of innovation still faces a number of obstacles such as limited access to technology, human resources, and financing. Therefore, synergy and active support from various parties, including the government and financial institutions, are needed to strengthen the application of innovation in the MSME sector.

Keywords: *Innovation, Transformation, MSMEs, Literature Study, Indonesia*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, karena memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menciptakan banyak lapangan kerja. Dalam menghadapi era digital dan kompetisi global yang semakin ketat, inovasi menjadi elemen utama dalam proses transformasi UMKM guna meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran inovasi dalam proses transformasi UMKM di Indonesia melalui pendekatan studi literatur. Metode yang digunakan adalah telaah pustaka dengan meninjau sejumlah penelitian terdahulu yang membahas topik inovasi dalam konteks UMKM. Temuan dari kajian ini mengungkapkan bahwa inovasi—baik dalam bentuk pengembangan produk, perbaikan proses, maupun pembaruan model bisnis—memiliki peranan penting dalam mendorong efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Meski demikian, pelaksanaan inovasi masih menghadapi sejumlah kendala seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, sumber daya manusia, dan pembiayaan. Oleh karena itu, diperlukan sinergi dan dukungan aktif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga keuangan, untuk memperkuat penerapan inovasi di sektor UMKM.

Kata Kunci: *Inovasi, Transformasi, UMKM, Studi Pustaka, Indonesia*

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)**Copyright : author****Publish by : musytari**

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

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam struktur perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM serta Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2024, dengan nilai mencapai Rp 8.573,89 triliun. Selain itu, sektor ini juga menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional (Nugraheni, 2025). Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, UMKM dihadapkan pada tantangan besar untuk melakukan transformasi digital demi meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih mengandalkan platform digital untuk bertransaksi menjadikan digitalisasi sebagai kebutuhan mendesak bagi keberlanjutan bisnis UMKM. (Berkas DPR, 2023)

Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) mencatat bahwa pada tahun 2023, sekitar 22 juta pelaku UMKM telah terintegrasi dalam ekonomi digital, yang mewakili 33,6% dari total UMKM di Indonesia. Pemerintah sendiri menargetkan sebanyak 30 juta UMKM dapat terdigitalisasi pada tahun 2024 (INDEF, 2024). Meskipun jumlah tersebut menunjukkan kemajuan, adopsi teknologi digital oleh UMKM masih menemui sejumlah kendala, antara lain keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya tingkat literasi digital, serta minimnya kapasitas sumber daya manusia yang memadai (Ahdiat, 2024). Lebih lanjut, hasil studi INDEF mengungkapkan bahwa penggunaan platform digital kini menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan usaha UMKM. Aplikasi media sosial dan e-commerce seperti Shopee, Facebook Marketplace, serta Instagram Shop menjadi platform yang paling banyak dimanfaatkan. Namun demikian, pemanfaatan platform digital ini belum merata, terutama bagi UMKM di wilayah terpencil yang menghadapi keterbatasan dalam akses teknologi (Rezfan, 2025).

Dengan mempertimbangkan pentingnya digitalisasi bagi keberlangsungan UMKM, diperlukan kajian literatur yang komprehensif untuk menggali peran inovasi dalam mendukung transformasi UMKM di Indonesia. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi proses adopsi digital oleh UMKM, sekaligus merumuskan strategi untuk mewujudkan transformasi digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Tujuan Penelitian untuk 1) Mengkaji kontribusi inovasi terhadap peningkatan daya saing dan kinerja UMKM di Indonesia, 2) Merumuskan strategi kolaboratif yang dapat mendorong inovasi berkelanjutan dalam sektor UMKM, 3) Mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam proses inovasi

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Studi Literatur Sistematis (*Systematic Literature Review*) dengan mengumpulkan dan mengkaji artikel-artikel ilmiah yang relevan terkait inovasi dan pengembangan UMKM di Indonesia. Sumber data diperoleh dari jurnal-jurnal nasional terakreditasi SINTA dan jurnal internasional bereputasi, serta laporan kebijakan dari lembaga resmi. Kriteria inklusi meliputi: (1) penelitian yang membahas inovasi dalam konteks UMKM, (2) diterbitkan dalam lima tahun terakhir (2020-2024), (3) tersedia dalam bahasa Indonesia atau Inggris, dan (4) memuat data empiris atau kajian konseptual yang relevan. Artikel yang memenuhi kriteria kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi peran inovasi dalam mendorong transformasi UMKM, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang direkomendasikan.

3. Hasil dan Pembahasan

Tinjauan Peran Inovasi dalam Transformasi UMKM

Transformasi UMKM di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari peran inovasi yang semakin signifikan dalam menjawab tantangan ekonomi digital. Berdasarkan hasil kajian literatur, inovasi berkontribusi besar dalam meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mengoptimalkan efisiensi operasional UMKM. Pembahasan dalam bagian ini akan mengelaborasi peran inovasi dari tiga aspek utama, yaitu inovasi produk, digitalisasi pemasaran dan model bisnis, serta inovasi dalam teknologi operasional. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan membentuk kerangka strategis bagi UMKM dalam menjalankan transformasi secara berkelanjutan di tengah dinamika perubahan pasar.

1. Inovasi Produk sebagai Pilar Daya Saing

Inovasi produk merupakan komponen fundamental dalam strategi pengembangan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam era disrupsi digital dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Di tengah dinamika pasar yang terus berkembang, UMKM dituntut untuk tidak hanya mempertahankan kualitas produk yang ada, tetapi juga secara aktif menciptakan dan mengembangkan produk-produk baru yang memiliki nilai tambah dan daya tarik yang tinggi bagi konsumen. Haratua et al. (2024) mengungkapkan bahwa UMKM yang berhasil berinovasi secara konsisten menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas konsumen dan menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Inovasi produk tidak hanya terbatas pada modifikasi bentuk atau fungsi, tetapi juga mencakup proses kreatif dalam menciptakan desain, pengemasan, hingga branding yang relevan dengan kebutuhan dan aspirasi pasar saat ini.

Diversifikasi produk menjadi salah satu bentuk nyata dari inovasi yang banyak diterapkan oleh UMKM dalam berbagai sektor. UMKM kuliner, misalnya, mengembangkan varian rasa dan kemasan produk untuk menarik segmen pasar yang lebih luas, sedangkan UMKM di sektor fesyen memperkenalkan desain baru yang mengikuti tren global namun tetap mengandung unsur lokal sebagai identitas. Menurut Suryani dan Kurniawati (2023), inovasi dalam bentuk adaptasi lokal-global (glokal) menjadi strategi efektif dalam menarik konsumen domestik dan memperluas pasar ke mancanegara. Kustomisasi juga memainkan peran penting dalam mendekatkan produk UMKM kepada pasar, terutama dengan memanfaatkan data preferensi konsumen yang diperoleh dari platform digital seperti media sosial dan e-commerce.

Selain aspek desain dan variasi, kualitas bahan baku merupakan elemen penting dalam inovasi produk UMKM. Produk dengan bahan baku yang unggul akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk dan menumbuhkan kepercayaan jangka panjang. Dalam studi oleh Fitriyah dan Lestari (2022), disebutkan bahwa UMKM yang menggunakan bahan baku lokal berkualitas tidak hanya mampu menekan biaya produksi, tetapi juga meningkatkan daya saing melalui pendekatan keberlanjutan dan pemberdayaan lokal. Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas menjadi tantangan tersendiri bagi banyak UMKM, khususnya yang berada di wilayah dengan logistik terbatas atau sistem distribusi yang belum efisien.

Inovasi produk juga harus disertai dengan proses evaluasi pasar secara berkelanjutan. UMKM yang adaptif akan melakukan survei berkala, uji pasar, serta respons cepat terhadap umpan balik pelanggan guna memastikan produk yang ditawarkan tetap relevan dan kompetitif. Menurut Nurfadillah dan Ramdhani (2024), proses iterasi produk yang terus-menerus menjadi ciri utama UMKM yang berhasil bertahan dalam pasar yang kompetitif. Peran teknologi digital dalam proses ini sangat signifikan, karena memungkinkan pelaku usaha memperoleh data real-time dari pelanggan, menganalisis tren, serta merancang produk-produk yang berbasis kebutuhan aktual konsumen.

Namun demikian, pengembangan inovasi produk masih menghadapi sejumlah hambatan serius. Terbatasnya kapasitas litbang (penelitian dan pengembangan), minimnya pengetahuan desain produk, dan kurangnya dukungan dari sektor eksternal seperti akademisi atau pemerintah menjadi faktor penghambat yang perlu diatasi. Oleh karena itu, pendekatan kolaboratif antara pelaku UMKM, perguruan tinggi, lembaga inkubator bisnis, dan lembaga pembiayaan sangat diperlukan untuk mendorong ekosistem inovasi produk yang kuat dan berkelanjutan. Sebagaimana disampaikan oleh Tambunan (2023), UMKM yang mampu membangun jejaring inovasi memiliki peluang lebih besar untuk berkembang secara eksponensial dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Model Bisnis

Digitalisasi telah menjadi katalisator utama dalam transformasi pemasaran dan model bisnis UMKM di Indonesia. Dengan adopsi teknologi digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi alat pemasaran yang efektif, memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan membangun komunitas yang loyal. Selain itu, integrasi fitur e-commerce dalam platform ini, seperti Instagram Shopping dan TikTok Shop, memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian langsung tanpa meninggalkan aplikasi.

Inovasi model bisnis juga mengalami evolusi signifikan dengan munculnya pendekatan *direct-to-consumer* (D2C) dan model langganan. Model D2C memungkinkan UMKM untuk menjual produk langsung kepada konsumen tanpa perantara, meningkatkan margin keuntungan dan kontrol atas pengalaman pelanggan. Sementara itu, model langganan menawarkan pendapatan berulang dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Contohnya, UMKM di sektor makanan dan minuman mulai menawarkan paket langganan untuk pengiriman produk secara berkala, menyesuaikan dengan preferensi konsumen yang menginginkan kenyamanan dan konsistensi.

Pemanfaatan data analitik menjadi aspek krusial dalam strategi pemasaran digital UMKM. Dengan alat analitik yang tersedia di platform media sosial dan e-commerce, UMKM dapat melacak perilaku konsumen, mengukur efektivitas kampanye, dan menyesuaikan strategi pemasaran secara real-time. Misalnya, dengan memahami waktu terbaik untuk memposting konten atau jenis konten yang paling menarik bagi audiens, UMKM dapat meningkatkan keterlibatan dan konversi penjualan. Selain itu, penggunaan iklan berbayar seperti Google Ads dan Meta Ads memungkinkan UMKM untuk menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku online.

Namun, tantangan dalam digitalisasi pemasaran dan inovasi model bisnis masih ada. Banyak UMKM menghadapi keterbatasan dalam hal literasi digital, akses terhadap teknologi, dan sumber daya untuk mengelola platform digital secara efektif. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, hanya 18% UMKM yang memiliki keterampilan digital dasar, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, untuk menyediakan pelatihan dan pendampingan dalam transformasi digital UMKM.

Program-program seperti “UMKM Level Up 2024” yang diinisiasi oleh Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas digital UMKM melalui workshop, pelatihan, dan pendampingan oleh mentor berpengalaman. Dengan pendekatan yang komprehensif dan kolaboratif, diharapkan UMKM dapat mengatasi tantangan dalam digitalisasi pemasaran dan inovasi model bisnis, serta memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

3. Inovasi Teknologi Operasional

Inovasi teknologi operasional telah menjadi pilar penting dalam transformasi UMKM di Indonesia. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing mereka. Penerapan teknologi seperti sistem Point of Sales (POS), perangkat lunak akuntansi, dan otomatisasi produksi memungkinkan UMKM untuk mengelola operasional bisnis secara lebih efektif dan efisien. Menurut Rezikawati (2023), adopsi teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

Salah satu contoh implementasi teknologi operasional adalah penggunaan aplikasi PaDi UMKM yang dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia. Aplikasi ini menawarkan solusi digitalisasi dokumen untuk bisnis UMKM, membantu mereka dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional melalui administrasi tanpa kertas. Dengan inovasi digitalisasi dokumen, PaDi UMKM memastikan setiap transaksi dapat dijalankan dengan lebih cepat dan akurat, memperkuat daya saing UMKM serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Selain itu, pemanfaatan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) juga mulai diterapkan dalam operasional UMKM. Platform seperti iSeller AI, yang dikembangkan oleh ISeller bekerja sama dengan Microsoft, berfungsi sebagai asisten bisnis berbasis AI untuk industri Software as a Service (SaaS). iSeller AI dirancang untuk memberikan wawasan mendalam, otomatisasi, dan rekomendasi yang dipersonalisasi, membantu bisnis beroperasi dengan lebih cerdas, cepat, dan efisien. Namun, tantangan dalam adopsi teknologi operasional masih ada, terutama terkait dengan keterbatasan literasi digital dan akses terhadap teknologi. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika meluncurkan program "UMKM Level Up" yang bertujuan untuk mempercepat adopsi teknologi digital dalam bisnis UMKM dan memperkuat daya saing di pasar global. Program ini mencakup pelatihan, pendampingan, dan penyediaan infrastruktur digital bagi UMKM.

Dengan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan, diharapkan UMKM dapat mengatasi tantangan dalam adopsi teknologi operasional dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh transformasi digital. Inovasi teknologi operasional bukan hanya meningkatkan efisiensi bisnis, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi UMKM di era digital.

4. Peran Sumber Daya Manusia dan Budaya Inovatif

Sumber daya manusia (SDM) memainkan peran sentral dalam pengembangan inovasi UMKM, karena ide-ide kreatif dan strategi bisnis baru umumnya berasal dari individu yang kompeten, terlatih, dan memiliki semangat inovatif. UMKM yang mampu membangun tim kerja yang adaptif terhadap perubahan akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan dinamika pasar. Haratua et al. (2024) menegaskan bahwa peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan berbasis kompetensi merupakan salah satu kunci utama dalam membentuk daya saing UMKM. Dalam konteks ini, pengembangan keterampilan teknis seperti manajemen digital, pemanfaatan teknologi, serta soft skills seperti kepemimpinan dan komunikasi juga sangat penting. Selain itu, organisasi yang mendorong pembelajaran berkelanjutan akan mampu menciptakan lingkungan kerja yang inovatif dan produktif.

Pembentukan budaya inovatif dalam organisasi UMKM tidak hanya bertumpu pada pelatihan semata, tetapi juga membutuhkan kepemimpinan yang visioner dan sistem manajemen yang mendukung kreativitas. Budaya inovatif dibangun melalui pola pikir yang terbuka terhadap perubahan, keberanian untuk mengambil risiko, serta penghargaan terhadap ide-ide baru. Seperti dijelaskan oleh Kusumawardhani (2018), budaya inovatif mendorong individu dalam organisasi untuk saling berkolaborasi dan menciptakan solusi kreatif atas berbagai tantangan. Hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk forum diskusi internal, inisiatif bottom-up untuk perbaikan proses kerja, dan pemberian insentif terhadap kontribusi inovatif. Tanpa budaya seperti ini, SDM yang berkualitas pun sulit berkembang secara optimal dalam organisasi UMKM.

Namun, tantangan utama dalam pembangunan SDM dan budaya inovatif di UMKM adalah rendahnya akses terhadap pendidikan dan pelatihan yang relevan, terutama di daerah terpencil. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2024), lebih dari 60% pelaku UMKM di Indonesia belum memiliki akses pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi. Ketimpangan digital ini menghambat upaya transformasi UMKM secara menyeluruh. Untuk mengatasi hambatan tersebut, kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta sangat dibutuhkan. Inisiatif seperti program "UMKM Naik Kelas" yang dikembangkan oleh KemenkopUKM bersama mitra digital seperti Google dan Tokopedia menjadi contoh nyata bagaimana pelatihan berbasis teknologi dapat menjangkau pelaku UMKM secara masif dan efektif.

Di sisi lain, penting pula untuk menciptakan sistem insentif internal yang mendorong karyawan untuk terus belajar dan berinovasi. UMKM dapat menerapkan pendekatan berbasis meritokrasi, di mana individu yang menunjukkan kontribusi nyata terhadap pengembangan produk atau layanan diberi penghargaan atau promosi. Selain itu, pendekatan desain organisasi yang lebih fleksibel dan adaptif memungkinkan pembentukan tim lintas fungsi yang dapat mempercepat proses inovasi. Prakarsa seperti program inkubasi internal atau pembentukan unit inovasi kecil dalam UMKM bisa menjadi alternatif pengembangan budaya kerja yang dinamis. Dengan cara ini, tidak hanya pemilik usaha tetapi juga karyawan dilibatkan secara aktif dalam proses inovasi.

Keseluruhan upaya penguatan SDM dan pembentukan budaya inovatif akan membentuk fondasi yang kokoh bagi keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Ketika SDM dilibatkan secara aktif dan diberikan ruang untuk berkembang, maka inovasi bukan lagi menjadi tugas satu pihak, tetapi menjadi tanggung jawab kolektif seluruh organisasi. Di era digital yang penuh disrupsi ini, kecepatan belajar dan kemampuan berinovasi menjadi pembeda utama antara UMKM yang bertahan dan berkembang, dengan yang tertinggal. Maka dari itu, investasi dalam pengembangan SDM dan budaya kerja inovatif harus menjadi prioritas strategis dalam roadmap pengembangan UMKM di Indonesia.

5. Dukungan Eksternal: Pemerintah, Akademisi, dan Lembaga Keuangan

Dukungan eksternal dari pemerintah, akademisi, dan lembaga keuangan memainkan peran krusial dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pemerintah telah meluncurkan berbagai program untuk memperkuat ekosistem UMKM, termasuk pengembangan skema pembiayaan rantai pasok yang bertujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM melalui pendekatan berbasis transaksi. Skema ini memungkinkan UMKM untuk mendapatkan pembiayaan berdasarkan dokumen transaksi seperti faktur dan pesanan pembelian, sehingga meningkatkan kepercayaan lembaga keuangan dalam menyalurkan kredit. Inisiatif ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk Kementerian Koperasi dan UKM, lembaga keuangan, akademisi, dan asosiasi pengusaha.

Akademisi juga berperan penting dalam mendukung inovasi UMKM melalui kolaborasi dengan pemerintah dan sektor swasta. Bank Indonesia, bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, serta berbagai perguruan tinggi, telah mengembangkan Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SI-APIK). Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan, sehingga UMKM dapat mengelola keuangan mereka secara lebih efektif dan profesional. Kolaborasi ini mencerminkan sinergi antara dunia akademik dan praktisi dalam membangun kapasitas UMKM. Lembaga keuangan, termasuk perbankan dan lembaga keuangan mikro, juga telah mengambil langkah-langkah untuk mempermudah akses pembiayaan bagi UMKM. Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menekankan pentingnya lembaga keuangan untuk memberikan kemudahan akses pembiayaan, terutama bagi sektor produktif seperti pertanian, perikanan, peternakan, dan perkebunan. Namun, tantangan masih ada, termasuk kesenjangan antara kebutuhan dan ketersediaan pendanaan bagi UMKM. Oleh karena itu, diperlukan inovasi

kebijakan pembiayaan, seperti skema pembiayaan melalui rantai pasok dan perluasan dukungan asuransi penjaminan ke industri peer-to-peer lending dan securities crowdfunding.

Pusat Investasi Pemerintah (PIP) juga telah meluncurkan Program Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) yang dirancang khusus untuk menjangkau pelaku usaha mikro yang belum memiliki akses ke pembiayaan perbankan. Program ini memberikan pembiayaan dengan plafon maksimal Rp20 juta per orang dan telah berhasil menjangkau jutaan pelaku usaha muda di seluruh Indonesia. Selain pembiayaan, PIP juga menawarkan pendampingan usaha yang komprehensif untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan pengelolaan bisnis para penerima manfaat. Inovasi dalam mitigasi risiko juga menjadi fokus utama dalam pengembangan program ini, dengan penerapan Innovative Credit Scoring (ICS) yang memanfaatkan berbagai data untuk menghasilkan skor kelayakan kredit yang lebih akurat.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) turut berperan dalam mendukung pengembangan UMKM melalui peluncuran Roadmap Lembaga Keuangan Mikro (LKM) 2024-2028. Roadmap ini bertujuan untuk memperkuat pembiayaan segmen mikro dan perekonomian masyarakat melalui penguatan tata kelola, manajemen risiko, pemberdayaan, edukasi, serta pengembangan ekosistem dan infrastruktur data. Implementasi roadmap ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengaturan, pengawasan, dan perizinan, serta menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan LKM yang sehat dan berintegritas.

6. Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Berkelanjutan UMKM

Peningkatan kapasitas inovatif UMKM tidak dapat berjalan optimal tanpa adanya strategi kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Kolaborasi lintas sektor merupakan pendekatan yang semakin relevan dalam konteks pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Menurut Rahayu dan Soetanto (2023), keterlibatan aktif antara pemerintah, perguruan tinggi, sektor swasta, dan komunitas kewirausahaan dapat menciptakan sinergi dalam ekosistem inovasi yang adaptif dan responsif. Perguruan tinggi, misalnya, dapat berperan dalam menyediakan pendampingan teknis, riset pasar, dan akses kepada teknologi tepat guna. Di sisi lain, sektor swasta dapat memberikan mentor bisnis, akses rantai pasok, dan dukungan logistik yang UMKM tidak mampu akses sendiri.

Pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kolaborasi ini melalui kebijakan insentif, dukungan infrastruktur, dan skema pendanaan inklusif. Inisiatif seperti Rumah BUMN, program Digital Talent Scholarship, hingga insentif pajak untuk pelaku UMKM berbasis digital adalah bentuk nyata intervensi negara dalam mendukung inovasi berkelanjutan. Namun, tantangannya adalah memastikan keberlanjutan program-program tersebut dan menghindari ketimpangan implementasi antar daerah. Strategi kolaboratif yang efektif membutuhkan perencanaan jangka panjang dan sistem pemantauan yang transparan agar tidak berhenti sebagai proyek insidental.

Di tingkat lokal, kolaborasi antar UMKM juga menjadi strategi penting yang kerap dilupakan. Bentuk kolaborasi horizontal seperti koperasi digital atau konsorsium produk lokal memungkinkan UMKM berbagi sumber daya, melakukan produksi bersama, serta memperluas jangkauan pasar secara kolektif. Hal ini penting terutama bagi UMKM yang berada di wilayah dengan keterbatasan teknologi dan akses pasar. Menurut studi oleh Nugroho et al. (2023), koperasi digital di Jawa Tengah mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM anggotanya hingga 40% dalam dua tahun, berkat strategi kolaboratif yang terstruktur dan dukungan teknologi berbasis platform.

Lebih lanjut, peran inkubator bisnis dan ruang kolaborasi (co-working space) juga tidak dapat diabaikan. Inkubator yang dikelola oleh kampus atau lembaga swasta bisa menjadi jembatan antara UMKM dan sumber daya strategis, seperti investor, pelatihan, hingga akses ke laboratorium teknologi. Kolaborasi berbasis program inkubasi memungkinkan transfer pengetahuan yang berkelanjutan dan peningkatan kemampuan manajerial pelaku UMKM.

Bahkan, sejumlah universitas seperti Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mada, dan Institut Teknologi Bandung telah membentuk pusat inovasi yang terhubung langsung dengan pelaku UMKM mitra binaan.

Akhirnya, strategi kolaboratif dalam mendukung inovasi berkelanjutan harus berlandaskan pada prinsip inklusivitas, keberlanjutan, dan pemanfaatan teknologi. Inovasi tidak bisa dipaksakan dari atas ke bawah, tetapi perlu dimulai dari kebutuhan riil pelaku UMKM di lapangan. Oleh karena itu, penting bagi setiap pemangku kepentingan untuk membangun komunikasi dua arah dan melakukan pendekatan partisipatif dalam setiap tahap perencanaan dan implementasi program inovasi. Dengan pendekatan kolaboratif yang menyeluruh, transformasi UMKM menuju daya saing dan keberlanjutan bukanlah wacana semata, melainkan sebuah keniscayaan yang dapat dicapai bersama.

7. Peran Pemerintah dan Lembaga Pendukung

Pemerintah dan lembaga pendukung memiliki peran penting dalam mendorong inovasi produk dan layanan di sektor UMKM. Beberapa langkah yang dapat diambil antara lain:

- a. Penyediaan Fasilitas Inkubasi Bisnis: Mendirikan pusat inkubasi bisnis yang menyediakan fasilitas, pelatihan, dan pendampingan bagi UMKM dalam mengembangkan produk dan layanan inovatif.
- b. Program Pendanaan dan Subsidi: Memberikan akses kepada UMKM untuk mendapatkan pendanaan atau subsidi yang dapat digunakan untuk kegiatan riset dan pengembangan produk.
- c. Penyelenggaraan Pelatihan dan Workshop: Mengadakan pelatihan dan workshop yang fokus pada inovasi produk dan layanan, serta penggunaan teknologi digital dalam bisnis.
- d. Pengembangan Infrastruktur Digital: Meningkatkan akses dan kualitas infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil, untuk mendukung adopsi teknologi oleh UMKM.

Inovasi dalam produk dan layanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Indonesia. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, dengan strategi yang tepat dan dukungan dari berbagai pihak, UMKM dapat mengembangkan produk dan layanan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga pendukung sangat penting dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi inovasi di sektor UMKM.

Tantangan dalam Inovasi Produk dan Layanan

Meskipun penting, inovasi dalam produk dan layanan sering kali menghadapi berbagai hambatan. Beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam konteks ini antara lain:

1. Keterbatasan Sumber Daya: Banyak UMKM menghadapi keterbatasan dalam hal modal, teknologi, dan sumber daya manusia yang terampil, yang menghambat kemampuan mereka untuk melakukan riset dan pengembangan produk baru.
2. Kurangnya Akses terhadap Informasi Pasar: Kurangnya data dan informasi mengenai tren pasar, preferensi konsumen, dan pesaing membuat UMKM kesulitan dalam merancang produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Resistensi terhadap Perubahan: Beberapa pelaku UMKM mungkin enggan mengubah produk atau layanan yang sudah ada karena takut kehilangan pelanggan lama atau karena ketidakpastian hasil dari inovasi yang dilakukan.
4. Keterbatasan Teknologi: Adopsi teknologi baru sering kali terhambat oleh kurangnya infrastruktur dan pengetahuan teknis, sehingga menghambat proses inovasi dalam produk dan layanan.

Strategi Inovasi Produk dan Layanan

Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM dapat menerapkan beberapa strategi inovasi dalam produk dan layanan, antara lain:

1. Kolaborasi dengan Pihak Ketiga: Menjalin kemitraan dengan institusi pendidikan, lembaga penelitian, atau perusahaan lain dapat membantu UMKM dalam mengakses sumber daya dan pengetahuan yang diperlukan untuk inovasi.
2. Pemanfaatan Teknologi Digital: Mengadopsi teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan perangkat lunak manajemen dapat membantu UMKM dalam mengembangkan dan memasarkan produk serta layanan baru.
3. Pelatihan dan Pengembangan SDM: Investasi dalam pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang inovasi produk dan layanan sangat penting.
4. Riset Pasar: Melakukan survei dan analisis pasar secara rutin dapat memberikan wawasan tentang kebutuhan dan preferensi konsumen, yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan produk dan layanan baru.
5. Penerapan Desain Thinking: Menggunakan pendekatan desain thinking dapat membantu UMKM dalam memahami masalah konsumen dan menciptakan solusi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Studi Kasus: Inovasi Produk dan Layanan di UMKM Indonesia

Beberapa UMKM di Indonesia telah berhasil menerapkan inovasi dalam produk dan layanan mereka. Misalnya, UMKM di sektor kuliner yang mengembangkan menu baru berdasarkan tren makanan sehat dan ramah lingkungan. Selain itu, beberapa UMKM di bidang kerajinan tangan telah mengintegrasikan teknologi digital dalam proses produksi dan pemasaran mereka, sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Sebagai contoh, sebuah UMKM di Yogyakarta yang memproduksi batik tradisional berhasil meningkatkan penjualan mereka dengan mengembangkan motif batik yang lebih modern dan sesuai dengan selera generasi muda. Mereka juga memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif.

4. Kesimpulan

Inovasi memegang peranan penting dalam mendorong transformasi UMKM di Indonesia. Melalui inovasi produk, digitalisasi pemasaran, pembaruan model bisnis, serta adopsi teknologi operasional, UMKM dapat meningkatkan daya saing, efisiensi, dan jangkauan pasar. Meskipun begitu, proses inovasi masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, dan hambatan pembiayaan. Peran sumber daya manusia yang adaptif dan budaya organisasi yang mendukung inovasi sangat krusial dalam menciptakan perubahan yang berkelanjutan. Selain itu, dukungan dari pemerintah, akademisi, lembaga keuangan, serta kolaborasi antar sektor menjadi fondasi penting dalam membentuk ekosistem inovatif yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM.

SARAN

1. Bagi UMKM: Diharapkan lebih proaktif dalam memanfaatkan teknologi digital, memperkuat kapasitas SDM, dan menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak guna mendorong inovasi secara berkelanjutan.
2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait: Perlu memperluas akses pelatihan digital, meningkatkan pendanaan inovatif seperti pembiayaan berbasis rantai pasok, serta membangun infrastruktur digital yang merata, terutama di daerah terpencil.
3. Bagi Akademisi dan Dunia Pendidikan: Disarankan untuk memperkuat program pendampingan berbasis riset dan teknologi tepat guna serta mengintegrasikan kewirausahaan dan inovasi dalam kurikulum pendidikan.
4. Bagi Sektor Swasta dan Komunitas: Perlu mendukung UMKM melalui program inkubasi, kemitraan bisnis, dan berbagi akses terhadap pasar maupun teknologi, demi membentuk ekosistem yang saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (29 Januari 2024). Survei INDEF: Banyak UMKM Utamakan Jualan Lewat Aplikasi Digital. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/19a74d7d5f4a173>
- ANTARA News. (2024). Menkop UKM minta lembaga keuangan permudah akses pembiayaan UMKM. Diakses dari <https://www.antaranews.com/berita/4000317/menkop-ukm-minta-lembaga-keuangan-permudah-akses-pembiayaan-umkm>
- APINDO. (2025). Pemerintah RI Kembangkan Skema Pembiayaan Rantai Pasok untuk UMKM. Diakses dari <https://apindo.or.id/id/umkm/contents/pemerintah-ri-kembangkan-skema-pembiayaan-rantai-pasok-untuk-umkm>
- Bank Indonesia. (2023). Bank Indonesia Bersinergi dengan Perguruan Tinggi Dorong Perluasan Literasi Keuangan UMKM melalui SIAPIK. Diakses dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2515123.aspx
- Belajarlagi.id. (2023). Apa Tantangan UMKM di Indonesia dalam Transformasi Digital?. Diakses dari <https://www.belajarlagi.id/post/apa-tantangan-umkm-di-indonesia-dalam-transformasi-digital>
- Delegasi.co. (2023). 4 Tantangan UMKM yang Harus Dipersiapkan Pemilik Bisnis. Diakses dari <https://www.delegasi.co/blog/4-tantangan-umkm-yang-harus-dipersiapkan-pemilik-bisnis>
- Fitriyah, L., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Bahan Baku Lokal terhadap Kinerja Produk UMKM Berbasis Inovasi Hijau. *Jurnal Industri Kreatif dan Inovasi*, 5(3), 112-123.
- Google Indonesia, Tokopedia, & KemenkopUKM. (2023). Laporan Dampak Program UMKM Naik Kelas. Diakses dari <https://umkmnaikkelas.kemenkopukm.go.id>
- Haratua, H., Sutaryo, S., & Rahmawati, N. (2024). Strategi Inovasi UMKM di Era Digital: Studi Kasus pada UMKM Batik Pekalongan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 12(1), 45-58.
- Haratua, M., Lestari, A., & Wibowo, R. (2024). Inovasi Produk UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 6(1), 45-58.
- INDEF. (2024). Laporan Final: Peran Platform Digital terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. <https://indef.or.id/wp-content/uploads/2024/01/Laporan-Final-Peran-Platform-Digital-Terhadap-Pengembangan-UMKM-di-Indonesia-INDEF.pdf>
- Indonesia.go.id. (2024). UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis. Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis>
- Indonesia.go.id. (2024). UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis. Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis>
- Jurnal Pendidikan Tambusai. (2024). Strategi, Inovasi, Pemasaran, UMKM. Diakses dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/23402>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Laporan Tahunan Transformasi UMKM Indonesia 2024. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2024). Laporan Tahunan Pengembangan UMKM 2023-2024. Jakarta: KemenkopUKM.
- Kompas.com. (2024, Oktober 6). Sedasawarsa Jokowi Mendigitalisasi Sektor UMKM. Diakses dari https://nasional.kompas.com/read/2024/10/06/09030061/sedasawarsa-jokowi-mendigitalisasi-sektor-umkm_KOMPAS.com
- Kompasiana. (2024). Tantangan UMKM di Tengah Persaingan Global: Strategi Bertahan dan Berkembang. Diakses dari

- <https://www.kompasiana.com/millafitri0728/67b8816d34777c4ad7270e02/tantangan-umkm-di-tengah-persaingan-global-strategi-bertahan-dan-berkembang>
- Kumparan. (2024). Inovasi Produk dan Kreativitas Dalam Pengembangan UMKM. Diakses dari <https://kumparan.com/abdul-wahab-1729607289708131190/inovasi-produk-dan-kreativitas-dalam-pengembangan-umkm-23oC2QEjQ9Y>
- Kusumawardhani, A. (2018). Budaya Inovatif dalam Mendorong Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 5(2), 33-49.
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Transformasi Digital UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Inovasi (MBIC)*, Universitas Tanjungpura. Diakses dari <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/article/download/77151/75676601269>
- Link UMKM. (2024). Inovasi Teknologi untuk Memberdayakan UMKM di Indonesia. Diakses dari <https://linkumkm.id/news/detail/15318/inovasi-teknologi-untuk-memberdayakan-umkm-di-indonesia>
- Mebiso. (2023). Permasalahan UMKM: Ini Tantangan dan Solusinya. Diakses dari <https://mebiso.com/wiki/permasalahan-umkm/>
- Mitragama. (2024, Juli 10). Strategi Pemasaran Digital untuk Peningkatan Daya Saing UMKM. Diakses dari <https://mitragama.com/2024/07/10/strategi-pemasaran-digital-untuk-umkm-meningkatkan-daya-saing-di-era-digital/MITRAGAMA>
- Nugraheni, A. (7 Mei 2025). Optimalisasi Platform Digital Memperkuat Pasar UMKM. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/artikel/optimalisasi-platform-digital-memperkuat-pasar-umkm>
- Nugroho, P., Sari, M., & Fitriana, R. (2023). Efektivitas Koperasi Digital dalam Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 8(1), 23-39.
- Nurfadillah, A., & Ramdhani, R. (2024). Iterasi Produk sebagai Kunci Inovasi UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 7(1), 19-33.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Siaran Pers: Dorong Pengembangan Usaha Mikro, OJK Luncurkan Roadmap Lembaga Keuangan Mikro (LKM) 2024-2028. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Dorong-Pengembangan-Usaha-Mikro-OJK-Luncurkan-Roadmap-LKM-2024-2028.aspx>
- Pojokata. (2024, Oktober 10). Strategi Pemasaran Digital yang Efektif di Media Sosial Tahun 2024. Diakses dari <https://www.pojokata.com/2024/10/strategi-pemasaran-digital-yang-efektif.html>
- Pusat Investasi Pemerintah. (2024). PIP Dorong Inovasi Bisnis Melalui Program Pembiayaan Ultra Mikro dan Kompetisi Ide Usaha. Diakses dari <https://pip.kemenkeu.go.id/berita/115/pip-dorong-inovasi-bisnis-melalui-program-pembiayaan-ultra-mikro-dan-kompetisi-ide-usaha>
- Pusat Penelitian DPR RI. (2023, November). Isu Sepekan: Perkembangan UMKM dan Digitalisasi (Vol. V). Diakses dari https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan--V-PUSLIT-November-2023-246.pdf
- Rahayu, A., & Soetanto, D. (2023). Kolaborasi Multi-Pihak dalam Mendorong Inovasi UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 15(2), 102-118.
- Rezfany, R. (25 Januari 2025). Studi INDEF: Digitalisasi UMKM Hasilkan Peningkatan Omzet dan Lapangan Kerja. *Times Indonesia*. <https://timesindonesia.co.id/ekonomi/484446/studi-indef-digitalisasi-umkm-hasilkan-peningkatan-omzet-dan-lapangan-kerja>
- Rezikawati, R. (2023). Adopsi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 7(1), 19-33.
- Salam, A., & Imilda. (2024, 1 Mei). Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Digitalisasi. *Jurnal Manajemen Terapan (JMT)*, STMIK Indonesia. Diakses dari <https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jmt/article/download/772/554/>
- Sihura, H. K. (2024). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Education and Development*, 12(3), 45-58. *Journal IPTS*

- Suryani, T., & Kurniawati, N. (2023). Strategi Glokal dalam Inovasi Produk UMKM: Studi Kasus di Yogyakarta. *Jurnal Pemasaran Inovatif*, 9(2), 78-90.
- Tambunan, T. (2023). Penguatan Ekosistem Inovasi UMKM Melalui Kolaborasi. *Jurnal Ekonomi Mikro dan Makro*, 8(4), 140-155.
- Telkom Indonesia. (2024). Inovasi Dokumen Digital PaDi UMKM, Solusi Praktis Kelola Usaha Tanpa Administrasi Berbelit. Diakses dari https://www.telkom.co.id/sites/berita/id_ID/news/inovasi-dokumen-digital-padi-umkm%2C-solusi-praktis-kelola-usaha-tanpa-administrasi-berbelit-2642
- UGM. (2024). UMKM Hadapi Tantangan Kegagalan Produk, Risiko Kredit dan Persaingan. Diakses dari <https://ugm.ac.id/id/berita/umkm-hadapi-tantangan-kegagalan-produk-risiko-kredit-dan-persaingan/>
- UKM Indonesia. (2022). 8 Jenis Inovasi yang Efektif Untuk Menaikkan Skala UMKM. Diakses dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/8-jenis-inovasi-yang-efektif-untuk-menaikkan-skala-umkm>