

STRATEGI PENGUATAN UMKM DI TENGAH TANTANGAN DIGITALISASI EKONOMI

Author: Muhamad Reza Al Wasi¹, Sri Suheryanti², Lukman Nurohman³, Oki Iqbal Khair⁴Universitas Pamulang¹⁻⁴E-mailPenulis: rzws14803@gmail.com¹, Suheryantisri@gmail.com²,
nurohmanlukman018@gmail.com³, dosen01801@unpam.ac.id⁴**Abstrac**

Digital transformation is a crucial factor in strengthening the sustainability and contribution of SMEs in Indonesia. This article examines strategies to empower SMEs through the adoption of digital technology and supportive policies. Statistical data indicates that SMEs play a vital role by contributing approximately 99% of all business units and absorbing 97% of the national workforce, with a contribution of over 60% to Indonesia's GDP. However, digital adoption within this sector still faces significant barriers, such as limited digital literacy, infrastructure constraints, and restricted access to digital financing. Through document analysis and literature review, this study identifies supporting and inhibiting factors of SME digitalization and emphasizes the importance of collaboration between government, private sector, and financial institutions to create an inclusive and sustainable digital ecosystem. The proposed strategies include enhancing digital literacy through intensive training, providing facilities and technological infrastructure, and leveraging e-commerce platforms and digital financial innovations. The findings suggest that strengthening public policies and stakeholder collaboration can improve SMEs' readiness to enter the digital ecosystem, thereby driving inclusive economic growth and equitable prosperity. The implementation of these strategies is expected to position SMEs as the main drivers of national digital economy development.

Keyword: Digitalization of the economy, Strengthening Strategy, Digital transformation.

Abstrak

Transformasi digital merupakan faktor kunci dalam memperkuat keberlanjutan dan kontribusi UMKM di Indonesia. Artikel ini mengkaji strategi penguatan UMKM melalui adopsi teknologi digital dan kebijakan pendukung. Data statistik menunjukkan bahwa UMKM memiliki posisi vital dengan menyumbang sekitar 99% dari semua unit usaha dan menyerap 97% tenaga kerja nasional, serta memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia. Meskipun demikian, adopsi teknologi digital di sektor ini masih menghadapi hambatan signifikan, seperti rendahnya literasi digital,

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagirism 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/)

keterbatasan infrastruktur, dan akses terbatas terhadap permodalan digital. Berdasarkan analisis dokumen dan studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat digitalisasi UMKM, serta menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan. Strategi yang diusulkan meliputi peningkatan literasi digital melalui pelatihan intensif, penyediaan fasilitas dan infrastruktur teknologi, serta pemanfaatan platform e-commerce dan inovasi keuangan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan kebijakan publik dan kolaborasi stakeholder dapat meningkatkan kesiapan UMKM untuk memasuki ekosistem digital, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Implementasi strategi ini diharapkan mampu menjadikan UMKM sebagai motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi digital nasional.

Kata Kunci : Digitalisasi ekonomi, Strategi Penguatan, Transformasi digital.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sekitar 65-66 juta unit UMKM, yang menyumbang sekitar 99 % dari total unit usaha negara dan menyerap hingga 97 % dari tenaga kerja nasional (Kholifah & Andini, 2024). Kontribusi besar ini menjadikan UMKM sebagai pilar utama dalam pembangunan ekonomi inklusif, terutama di saat krisis. Misalnya, selama pandemi COVID-19, World Bank melaporkan bahwa 86 % UMKM mengalami penurunan pendapatan. Namun sejak pertengahan 2021, jumlah UMKM menunjukkan pemulihan, mencapai 64,19 juta unit dan berkontribusi sebesar 61,97 % terhadap PDB senilai Rp 8.574 triliun. Dengan performa sedemikian dominan, UMKM bukan sekadar aktor ekonomi kecil, melainkan fondasi dalam menciptakan lapangan kerja, mereduksi kemiskinan, dan mendorong distribusi kesejahteraan yang merata. Kondisi ini menjelaskan urgensi untuk membahas strategi penguatan UMKM dalam menghadapi transformasi digital dan era pasca-pandemi.

Secara historis, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus meningkat. Berdasarkan penelitian oleh Ismail *et al.* (2023), PDB dari sektor UMKM meningkat dari sekitar 57,8 % menjadi 60,3 % antara 2015-2020. Selain itu, UMKM juga memainkan peran signifikan dalam mengurangi angka kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja hingga mencapai 51,7 % - 97,2 % dari total kesempatan kerja selama periode tersebut. Dengan kontribusi PDB senilai Rp 9.580 triliun, UMKM telah menyelamatkan perekonomian saat menghadapi tekanan eksternal, termasuk krisis moneter Asia 1997-1998 dan krisis pandemi COVID-19. Fakta historis ini menegaskan bahwa UMKM adalah “tulang punggung” ekonomi Indonesia yang rentan namun tangguh terhadap berbagai guncangan ekonomi.

Meskipun memiliki peran sentral, UMKM di Indonesia dihadapkan pada sejumlah tantangan yang menghambat kapasitas mereka berkembang secara digital. Masalah klasik seperti akses permodalan terbatas, literasi finansial yang rendah, dan keterbatasan teknologi masih menghadang. Sebagai contoh, rendahnya penggunaan *e-commerce* yang baru mencapai sekitar 12 % dari total UMKM menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum siap memasuki ranah ekonomi digital (Setiawan, 2023). Penelitian oleh Rahmawati *et al.* (2022), mencatat bahwa 86 % UMKM mengalami penurunan penjualan di awal pandemi, tapi setelah transformasi digital mulai berjalan, kontribusi mereka terhadap PDB meningkat kembali hingga 61,97 % pada Maret 2021. Agenda pendigitalan UMKM, oleh karena itu, bukan sekadar tuntutan modernisasi, tetapi kebutuhan kritis untuk menjaga keberlangsungan ekonomi nasional.

Apalagi, digitalisasi memberi peluang bagi UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan. Setiawan (2023), menegaskan bahwa digitalisasi melalui *e-commerce* telah terbukti meningkatkan pendapatan nasional, meski adopsinya masih terbatas.

Selain itu, transformasi digital membantu UMKM dalam efisiensi operasional, akses konsumen yang lebih luas, dan integrasi dalam rantai pasok modern. Namun demikian, adopsi teknologi tidak datang gratis keterbatasan modal dan sumber daya manusia menjadi hambatan utama. Inilah alasan mengapa strategi digitalisasi perlu mengedepankan kebijakan pelatihan, subsidi teknologi, serta kemitraan dengan *platform* dan lembaga fintech untuk mendukung pemilik UMKM mengakses modal teknologi secara lebih mudah dan berkelanjutan.

Dengan latar kondisi kuatnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional, tetapi masih lemahnya adopsi digital dan keterbatasan kapasitas, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan merumuskan strategi penguatan UMKM di tengah tantangan digitalisasi ekonomi. Fokusnya meliputi (1) analisis faktor pendukung dan penghambat digitalisasi, (2) peran kebijakan publik dan kolaborasi ekosistem digital (BUMN, fintech, e-commerce), serta (3) rekomendasi praktis agar UMKM dapat bertransformasi secara inklusif dan berkelanjutan. Dengan mengedepankan pendekatan kualitatif dan kuantitatif menggunakan data primer dan sekunder, hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi terhadap literatur ekonomi digital Indonesia dan memberi peta strategis penguatan UMKM menuju kelas menengah ekonomi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori UMKM dan Kontribusinya pada Ekonomi

Teori utama terkait UMKM dalam ranah ekonomi nasional selalu menegaskan peran penting mereka sebagai penggerak inklusi sosial, pencipta lapangan kerja, dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Dari perspektif Schumpeterian, UMKM digambarkan sebagai agen inovasi mikro yang menghasilkan “disrupsi kecil” pada skala lokal, membuka ruang bagi inovasi dan peningkatan efisiensi diversifikasi produk. Saragih *et al.* (2025), menegaskan bahwa UMKM melalui inovasi dan kewirausahaan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan, terutama jika didukung akses permodalan dan digitalisasi. Kajian ini menyarankan strategi kebijakan dengan memfokuskan pada akses, permodalan, dan pelatihan.

Data statistik juga menunjukkan besarnya peran UMKM: sekitar 99% unit usaha di Indonesia, menyerap 97% tenaga kerja, dan menyumbang lebih dari 60% PDB (Kurniawan *et al.*, 2024). Bakrie *et al.* (2024) mencatat bahwa sektor ini menyerap 96,9% tenaga kerja dan berkontribusi 60,5% terhadap PDB, mengilustrasikan posisinya sebagai pilar utama ekonomi Indonesia. Zulvikri (2024) mengatakan bahwa, sinergi UMKM dan ekonomi nasional memperlihatkan bahwa kesuksesan UMKM identik dengan pertumbuhan ekonomi inklusif dan pengurangan kemiskinan.

Dalam teori ekonomi klasik, UMKM bukan hanya entitas kecil yang bekerja mikro; mereka adalah motor utama inovasi dan ekspansi pasar. Pertumbuhan dan inovasi pada sektor UMKM dapat memunculkan rangkaian *multiplier effect* peningkatan investasi, penyediaan lapangan kerja, dan peningkatan daya beli masyarakat. Lanskap inilah yang disebut sebagai "ekonomi kerakyatan" UMKM menciptakan sistem pertumbuhan yang berbasis pada masyarakat, bukan hanya perusahaan besar.

Kelemahan yang muncul terkait kapasitas SDM, akses permodalan, dan teknologi juga menjadi sorotan utama dalam teori pengembangan ekonomi. Kajian Solusi, misalnya melalui pendekatan kebijakan, mendorong regulasi yang memfasilitasi akses permodalan, pelatihan digital, dan penyediaan infrastruktur. Zikri (2024) menekankan bahwa transformasi digital turut meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM. Agenda strategis ini mencakup: (1) dukungan finansial, (2) literasi keuangan, dan (3) strategi inovasi.

2. Konsep Digitalisasi dan Ekonomi Digital

Ekonomi digital merujuk pada penggunaan teknologi digital (*e-commerce, fintech, digital payment, cloud computing*, teknologi akuntansi berbasis website) untuk menciptakan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan inovasi produk. Sejak awal dekade 2020, berbagai studi menerangkan konsep ini, menekankan transformasi digital pada UMKM sebagai kunci daya saing di era ekonomi berbasis teknologi.

Adhiyatunnisa et al. (2024) menjelaskan bahwa penggunaan sistem berbasis *website* memungkinkan UMKM untuk pengelolaan keuangan yang lebih akurat, efisien, dan transparan mendorong pengambilan keputusan dan kontinuitas usaha. Pendekatan teknologi informasi seperti *cloud computing* juga dimanfaatkan untuk memperluas akses penjualan (contohnya kain songket online), yang mempermudah pengelolaan asset dan distribusi pasar global.

Yuli Setiawan (2024) menegaskan bahwa digitalisasi melalui *e-commerce* memberikan efek langsung pada PDB nasional, namun baru sekitar 12% UMKM yang memanfaatkannya. Lebih lanjut, Utami & Sitorus (2024) menunjukkan transformasi digital melalui mentoring dapat meningkatkan kompetensi digital dalam waktu singkat (selama 2 minggu), menghasilkan peningkatan pelanggan online dan pertumbuhan usaha.

Beberapa model ekonomi digital mengemukakan tiga tahap transformasi: (1) peningkatan kesadaran digital, (2) digitalisasi operasional (like online sales & payment), dan (3) digital *transformation* terjalin inovasi berkelanjutan dan ekspansi pasar. Sitompul et al. (2025), menyoroti faktor penghambat seperti literasi digital, modal terbatas,

infrastruktur belum memadai, dan regulasi belum mendorong inovasi namun potensi ekonomi digital sangat besar jika didukung intervensi kebijakan dan pelatihan intensif.

Secara keseluruhan, konsep digitalisasi dipahami bukan sekadar penggunaan teknologi, tetapi bagian dari ekosistem ekonomi yang inklusif: menghubungkan pelaku usaha ke pasar global, meningkatkan transparansi keuangan, dan mempercepat perputaran modal.

3. Penelitian Terdahulu Strategi Adaptasi Digital oleh UMKM

Banyak studi nasional sejak 2020 fokus pada bagaimana UMKM merumuskan strategi adaptasi digital melalui pelatihan, kolaborasi platform, dan pembaruan bisnis model. Penelitian Khristian *et al.* (2025) menunjukkan bahwa kepemimpinan UMKM, kapabilitas pemasaran digital, dan literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha; pandemi menjadi katalis percepatan digitalisasi. Mereka menemukan bahwa UMKM dengan manajerial yang kuat dan integrasi platform digital lebih berhasil adaptasi.

Sitompul *et al.* (2025) memberikan perspektif tantangan dan strategi adaptasi pada era digital dengan pendekatan literature review: strategi ini mencakup peningkatan literasi, pendampingan oleh pemerintah/platform, serta inovasi produk ditujukan menutup kesenjangan antara UMKM kota dan desa serta menghadapi tantangan keamanan siber.

Wilestari *et al.* (2023) melakukan riset kualitatif pada wirausahawan muda di Bekasi. Hasilnya menunjukkan faktor pendorong (eksternal: permintaan digital, internal: motivasi pembelajaran individu) dan penghambat (keterampilan, quality control, koneksi internet), membentuk dasar strategi: mentoring, infrastruktur, dan jejaring digital.

Model tiga tahap dari Utami & Sitorus (2024): kompetensi digital → penggunaan platform → transformasi bisnis, dikaitkan dengan mentoring intensif yang berjalan cepat dan berkelanjutan strategi ini terbukti mendorong performa online dalam dua minggu.

Studi Fokus: Bakrie *et al.* (2024) menyoroti kreativitas sebagai strategi adaptasi: keberhasilan UMKM ditentukan oleh kemampuan berinovasi dan berpemasaran digital, dibanding hanya melek teknologi; ini meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi dokumen, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam dan sistematis mengenai fenomena adaptasi digital pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji topik yang bersifat kontekstual dan

kompleks, di mana proses, pengalaman, serta dinamika sosial lebih penting untuk dijelaskan secara deskriptif daripada diukur secara numerik. Seperti yang dikemukakan oleh Waruwu (2024), penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan melalui analisis interpretatif terhadap data yang bersumber dari dokumen, observasi, atau wawancara. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menguraikan bagaimana UMKM merespons tantangan dan peluang dalam era digitalisasi ekonomi.

Pendekatan studi dokumen atau dokumentasi dipilih sebagai metode utama pengumpulan data. Studi dokumen merupakan teknik yang dilakukan dengan menelaah dan menganalisis sumber-sumber tertulis yang relevan dengan fokus penelitian, seperti jurnal ilmiah, laporan resmi pemerintah, publikasi lembaga riset, hingga artikel berita dan dokumen peraturan perundang-undangan. Menurut Prayogi (2024), studi dokumen merupakan metode yang efektif untuk mendalami fenomena yang telah tercatat secara tertulis dan tersedia dalam bentuk publikasi resmi. Dalam konteks penelitian ini, dokumen yang dianalisis mencakup jurnal nasional terakreditasi yang terbit sejak tahun 2020 hingga 2025, laporan statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS), data dari Kementerian Koperasi dan UKM, serta laporan riset dari lembaga swasta seperti Katadata, Bank Indonesia, dan McKinsey Indonesia yang membahas UMKM dan transformasi digital.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri dan mengakses berbagai dokumen tersebut secara daring, terutama melalui portal jurnal nasional (Sinta, Garuda, Neliti), situs resmi pemerintah, dan perpustakaan digital. Kriteria pemilihan dokumen didasarkan pada kesesuaian tema, kredibilitas sumber, serta keterkinian publikasi, yaitu minimal terbit pada tahun 2020. Data yang diperoleh dari dokumen ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan strategi adaptasi digital yang dilakukan oleh UMKM. Tujuan akhirnya adalah untuk memahami bagaimana pelaku UMKM mengintegrasikan teknologi dalam kegiatan operasional, pemasaran, keuangan, dan manajemen usaha mereka di tengah perubahan digital.

Dalam analisis data, peneliti menggunakan pendekatan tematik, yaitu mengelompokkan informasi dari dokumen ke dalam tema-tema tertentu, seperti (1) strategi digitalisasi UMKM, (2) hambatan dan tantangan digitalisasi, dan (3) kebijakan pemerintah dalam mendukung transformasi digital UMKM. Proses ini dilakukan dengan cara membaca dokumen secara mendalam, mencatat bagian yang relevan, dan mengorganisasi informasi ke dalam kategori tematik. Teknik ini mengacu pada langkah-langkah yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman pada tahun 1994 yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data

dilakukan dengan memilah informasi penting yang sesuai dengan fokus penelitian, sementara penyajian data berbentuk deskripsi naratif dan interpretatif yang menjelaskan makna dari data tersebut dalam konteks UMKM di Indonesia.

Untuk meningkatkan validitas data, peneliti menerapkan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan temuan dari berbagai jenis dokumen, baik dari sumber akademik maupun institusi pemerintahan dan swasta. Teknik ini bertujuan agar hasil analisis tidak bersifat subjektif atau bias dari satu sudut pandang saja. Misalnya, temuan dari jurnal akademik akan dibandingkan dengan data dari BPS atau laporan McKinsey untuk melihat kesesuaian fakta dan tren yang terjadi di lapangan. Selain itu, sebagai pelengkap, peneliti juga mengamati beberapa testimoni atau wawancara daring pelaku UMKM di platform berita atau media sosial untuk memperkaya konteks dan mendekatkan data dengan kondisi faktual yang terjadi.

Kelebihan dari metode studi dokumen dalam penelitian ini adalah kemampuannya untuk mengakses data yang telah tersedia, terpercaya, dan terdokumentasi secara sistematis. Metode ini juga efisien dari segi waktu dan biaya karena dapat dilakukan secara daring. Namun, kelemahannya terletak pada keterbatasan data yang bersifat sekunder dan tidak dapat diverifikasi secara langsung oleh peneliti. Oleh karena itu, upaya triangulasi dilakukan sebagai langkah mitigasi terhadap potensi bias dan untuk menjaga integritas hasil penelitian.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi dokumen, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis terhadap pemahaman mengenai strategi adaptasi digital oleh UMKM di Indonesia. Hasil dari metode ini juga akan menjadi dasar dalam penyusunan kesimpulan dan rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan oleh pemerintah, pelaku usaha, maupun akademisi yang bergerak dalam pengembangan UMKM digital di era transformasi ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak Digitalisasi terhadap Daya Saing dan Efisiensi Operasional UMKM

Berdasarkan dokumentasi literatur, digitalisasi UMKM memberi efek positif yang signifikan terhadap efisiensi operasional dan daya saing mereka. Santoso *et al.* (2025) dalam studi "Digitalisasi UMKM: Strategi dan Model Bisnis Berbasis Teknologi" menemukan bahwa adopsi teknologi digital seperti sistem manajemen inventori berbasis *cloud*, penggunaan *e-commerce*, dan integrasi pembayaran digital secara sistematis mampu mempersingkat waktu siklus produksi dan distribusi sekitar 30% hingga 40%. Hal ini tentunya berdampak langsung pada pengurangan biaya produksi dan peningkatan margin keuntungan, terutama pada skala usaha yang memiliki margin tipis.

Lebih jauh, Satriani *et al.* (2024) dalam studi "Peranan Digitalisasi dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Inklusif" menunjukkan bahwa UMKM kuliner di Makassar, khususnya "Bakso Booming88", mampu memperluas pasar hingga ke luar kota dengan penggunaan marketplace dan media sosial. Peralihan dari pemasaran *door-to-door* dan fitur non-teknologi ke channel digital membuat omset harian meningkat hingga 20-25% dalam beberapa bulan pertama implementasi. Hal ini memperlihatkan bahwa skala regional bukan lagi batas untuk berkembang bila strategi digital disusun dengan baik.

Berbagai kasus mengindikasikan konsistensi efektivitas digitalisasi UMKM yang menerapkan sistem digital untuk pencatatan keuangan, pesanan, dan manajemen hubungan pelanggan mampu menjaga efisiensi operasional ketika terjadi lonjakan permintaan mendadak seperti selama musim liburan atau promosi dua hari besar nasional. Hal ini bukan sekadar implikasi teoritis, tetapi menjadi bukti nyata bahwa digitalisasi memberikan fondasi yang kuat bagi UMKM untuk bertahan dan bertumbuh dalam situasi dinamis.

Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM merasakan manfaatnya secara maksimal. Penelitian oleh Redaputri *et al.* (2022) menunjukkan bahwa sebagian UMKM baru dalam tahap "*awareness*", yaitu punya akun *marketplace* tetapi belum mampu memanfaatkan sepenuhnya fitur seperti promosi otomatis, analitik penjualan, atau pengelolaan stok secara *real time* karena keterbatasan pengetahuan dan dukungan.

2. Hambatan dalam Transformasi Digital UMKM

Walaupun potensi digitalisasi besar, dokumen yang dikaji menunjukkan adanya hambatan signifikan dalam proses transformasi. (Handayani, 2023) menegaskan bahwa literasi digital masih menjadi isu utama. Banyak pelaku UMKM mengakui belum memiliki keterampilan dasar seperti pengelolaan akun marketplace, pemahaman data analitik, atau penggunaan aplikasi keuangan digital. Ketimpangan ini lebih tajam terasa di wilayah pedesaan dan kota kecil, di mana akses internet lambat dan pelatihan sangat terbatas.

Penelitian oleh Sucipto (2023) memperkuat temuan tersebut, yang menunjukkan bahwa mayoritas UMKM belum siap dari segi sumber daya manusia maupun teknologi. Kesiapan digital yang mencakup akses modal digital, legalitas produk secara online, dan pemasaran berbasis digital masih rendah. Bahkan, beberapa UMKM sama sekali belum memahami konsep pemasaran digital. Dokumen ini menyoroti pula bahwa kesiapan tersebut sangat tergantung pada inisiatif pemerintah daerah dan stakeholder seperti Dinas Koperasi, perbankan, dan organisasi lokal.

Selain itu, aspek pencatatan keuangan digital juga menunjukkan perkembangan yang lambat. Studi oleh Sa'diyah & Eferyn (2024), pada UMKM toko klontong di Madura mencatat bahwa mayoritas pengusaha masih mencatat pemasukan dan pengeluaran secara manual belum memisahkan keuangan pribadi dan usaha dengan baik. Akibatnya, transparansi keuangan rendah dan ini dapat menghambat akses permodalan atau investasi. Secara luas, hambatan ini termasuk: 1) Karakter demografis (umur dan tingkat pendidikan) yang mempengaruhi kesiapan adopsi digital. 2) Infrastruktur teknologi yang belum optimal, khususnya internet broadband di daerah pinggir kota atau pedesaan, serta dukungan perangkat digital (smartphone/tablet). 3) Kekhawatiran terhadap keamanan data, risiko penipuan online, dan beban biaya CFO digital seperti komisi marketplace atau biaya settlement QRIS.

3. Strategi Penguatan melalui Kebijakan, Kolaborasi, dan Literasi

a. Literasi Digital dan Pelatihan Intensif

Handayani (2023), merekomendasikan program literasi digital yang melibatkan elemen formal dan informal seperti workshop, pelatihan online, dan modul multimedia untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan tools digital seperti marketplace, aplikasi keuangan, dan analitik penjualan. Studi oleh Masruroh et al. (2023), menunjukkan bahwa setelah pelatihan dan praktik langsung, peserta mampu memahami cara kerja *marketplace* dan promosi online melalui aplikasi, serta mampu menjalankan sesi Q&A yang interaktif.

b. Kolaborasi dengan Platform Digital & Ekosistem

Santoso et al. (2025), merumuskan model bisnis berbasis teknologi yang menyarankan UMKM membentuk kemitraan strategis dengan *marketplace*, *fintech*, dan penyedia logistik. Kolaborasi ini memungkinkan UMKM akses ke ekosistem layanan digital lengkap mulai dari pembayaran, pengelolaan stok, hingga pengiriman paket dengan dukungan teknis dan harga yang disesuaikan. Demikian pula, inisiatif komunitas seperti "Sahabat UMKM" menggunakan pendekatan sosial inovasi dalam media WhatsApp atau website untuk memberi pelatihan *copywriting*, *brand story telling*, dan pembuatan toko daring (Handini & Choiriyati, 2020).

c. Dukungan Kebijakan dan Infrastruktur

Bank Indonesia mencatat bahwa regulasi tertentu, seperti gratis biaya MDR hingga jumlah transaksi Rp100.000, secara nyata meningkatkan antusiasme UMKM untuk menggunakan QRIS. Namun, pembatasan ini hanya efektif jika diiringi sosialisasi dan pembinaan lapangan terkait konfigurasi teknis dan metode integrasi dalam usaha.

Selain itu, strateginya mencakup peningkatan infrastruktur digital seperti menyediakan jaringan internet stabil dan murah ke tingkat desa, serta akses pendanaan untuk pembelian perangkat digital. Kombinasi ini diharapkan bisa menurunkan hambatan akses teknologi dan memperluas adopsi digital ke seluruh level UMKM.

4. Efektivitas dan Keterbatasan Strategi Digitalisasi

Analisis dokumenter menunjukkan bahwa strategi yang holistik dan berkelanjutan mampu menghasilkan peningkatan kinerja UMKM yang nyata. Studi oleh (Setiawan, 2023), menyebut bahwa UMKM berbasis e-commerce berkontribusi terhadap PDB nasional dan pertumbuhan omset jangka panjang sebagai dampak langsung dari adopsi strategi digital.

Namun, efektivitas strategi ini terbentur pada kesiapan UMKM itu sendiri. Tanpa komitmen manajerial dan konsistensi dalam menjalankan tools digital, digitalisasi hanya bersifat temporer dan tidak menjamin keberlanjutan. Studi di Banyumas memperlihatkan bahwa sejumlah UMKM masih belum melanjutkan inisiatif digital setelah pendampingan selesai karena harapan ROI yang tidak tercapai dalam waktu singkat .

Oleh karena itu, strategi digitalisasi harus disertai sistem monitoring berkala dan evaluasi partisipatif. Pemerintah dan *platform* digital perlu menyediakan dashboard pelaporan kinerja, mentoring lanjutan, dan akses ke komunitas peer learning agar UMKM bisa belajar praktik terbaik secara langsung.

5. Implikasi Untuk Pengembangan Kedepan

Implikasi utama dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di era digital tidak dapat dilepaskan dari peran aktif seluruh pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem usaha yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan. Di masa mendatang, pelaku UMKM harus didorong untuk tidak hanya mengadopsi teknologi digital sebagai alat bantu, tetapi sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih sistemik dalam membangun kapabilitas digital pelaku usaha kecil, termasuk pelatihan berkelanjutan, peningkatan literasi keuangan digital, dan pemberdayaan berbasis komunitas agar transformasi tidak bersifat parsial atau temporer. Pemerintah pusat dan daerah juga dituntut untuk lebih responsif dan kolaboratif dalam mendesain kebijakan yang berpihak pada UMKM digital, misalnya dengan memperluas insentif fiskal, penyediaan infrastruktur digital di wilayah tertinggal, serta penyusunan regulasi yang ramah terhadap inovasi teknologi.

Selain itu, lembaga keuangan dan penyedia platform digital memiliki peran sentral dalam mendorong kemudahan akses modal serta penguatan integrasi sistem pembayaran nontunai yang efisien dan terjangkau, seperti melalui penghapusan tarif *MDR (Merchant Discount Rate)* untuk usaha mikro. Inisiatif ini harus terus diperluas dan diawasi dampaknya agar tidak hanya menguntungkan sektor formal, tetapi juga mendorong pelaku usaha informal untuk naik kelas dan terdigitalisasi secara penuh. Dari sisi akademik dan penelitian, dibutuhkan eksplorasi lebih lanjut terkait indikator keberhasilan digitalisasi UMKM yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada indikator sosial seperti peningkatan kesejahteraan pelaku usaha, penciptaan lapangan kerja baru, dan penguatan relasi sosial berbasis komunitas digital.

Dengan mengembangkan pendekatan yang lebih kolaboratif dan berbasis bukti, diharapkan bahwa digitalisasi UMKM ke depan dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional yang lebih merata, tangguh, dan inklusif. Implikasi ini menegaskan bahwa strategi pembangunan UMKM harus berevolusi dari sekadar dukungan teknis menjadi pemberdayaan digital yang berkelanjutan dan berdampak luas, baik dalam skala lokal maupun global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran yang sangat signifikan dalam memperkuat eksistensi dan keberlanjutan UMKM di Indonesia. Transformasi digital bukan hanya menjadi respons terhadap perkembangan zaman, melainkan kebutuhan strategis untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan efisiensi dalam pengelolaan usaha. Melalui adopsi teknologi digital seperti sistem pembayaran QRIS, *platform e-commerce*, dan media sosial, pelaku UMKM terbukti mampu meningkatkan pendapatan, memperkuat relasi pelanggan, serta mengakses sumber pembiayaan dan pelatihan dengan lebih mudah. Namun demikian, transformasi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan minimnya pendampingan jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang kuat antara pemerintah, pelaku industri, lembaga keuangan, dan akademisi dalam menciptakan ekosistem UMKM digital yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan dukungan kebijakan yang adaptif dan program pemberdayaan yang menyentuh akar persoalan

di lapangan, digitalisasi UMKM diharapkan mampu menjadi motor penggerak ekonomi nasional yang tangguh, resilien, dan berorientasi pada pemerataan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyatunnisa, N. L., Wisna, N., & Asniar, A. (2024). Perancangan Sistem Berbasis Web Untuk Optimalisasi Pembelian Bahan Baku Dan Bahan Penolong Pada Umkm. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2226-2248. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4311>
- Bakrie, R. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Nabila. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82-88.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 104. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>
- Handini, V. A., & Choiriyati, W. (2020). Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 11(1), 1-14.
- Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208-217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 3(2), 459-466.
- Khristian, Sulistiowati, & Fauzan, R. (2025). Studi Literatur Hubungan Kepemimpinan , Digitalisasi dan Kinerja UMKM. *Manajemen Business Innovation*, 8, 479-492.
- Kurniawan, V., Faisal, M., Ansori, R., & Pangaribuan, R. Y. (2024). Pengaruh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(4), 1-9.
- Masruroh, R., Maulana, Y., Wachjuni, W., & Iskandar, I. (2023). Literasi Digitalisasi Bisnis Bagi Umkm Di Kelurahan Cijoho Kecamatan Kuningan Jawa Barat. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1-5. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.1591>
- Prayogi, A. (2024). *Metodologi penelitian: pendekatan kualitatif dan kuantitatif* (Issue June).
- Rahmawati, T., Ak, M., Ak, M., Rosinta, W., & Yulianti, R. (2022). Digitalisasi UMKM pada era 4 . 0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1-8.
- Redaputri, A. P., Nugraha Sanjaya, T., Ekonomi dan Bisnis Manajemen, F., Bandar Lampung, U., & Lampung, B. (2022). Analisis Penerapan Digitalisasi dan Fintech Sebagai Strategi Bertahan UMKM Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 73-80. <http://umkm.depkop.go.id/>.

- Sa'diyah, H., & Eferyn, K. (2024). Analysis of the implementation of financial reporting digitalization to increase revenue of madura grocery stores analisis penerapan digitalisasi laporan keuangan dalam meningkatkan omset umkm toko klontong madura. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 709-716.
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digital Digitalisasi UMKM : Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI : Jurnal Bisnis Digital*, 01(01), 21-30.
- Saragih, A. B., Narwastu, R., Simanjuntak, H., & 4, L. M. H. (2025). Peran UMKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Perspektif Teori Schumpeterian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 01-08.
- Satriani, Andini, P., & Yulianto, H. (2024). Peranan Digitalisasi Dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Inklusif : Studi Kasus Pada UMKM Kuliner di Makassar The Role of Digitalization in Supporting Inclusive Economic Empowerment : A Case Study of Culinary MSMEs in Makassar. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10).
- Setiawan, Y. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui E-Commerce Sebagai Peningkatan Pendapatan Nasional. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 76-83. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.250>
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 09-18.
- Sucipto, S. (2023). Analisis Kesiapan Digitalisasi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Jember, Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17(1).
- Utami, N., & Sitorus, O. F. (2024). Transformasi Digital Usaha Mikro Mendukung Ekonomi Digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 8(3), 1119-1126. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.25796>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdiyanto, A. (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 259-268. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61216>
- Zikri, H. (2024). Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia 1. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 02(01), 16-25. <https://jurnal.stisummulayman.ac.id/gosejes/article/view/206>
- Zulvikri, M. (2024). Sinergi UMKM Dan Ekonomi Indonesia: Sebuah Kajian Komprehensif Sebuah Perspektif Dan Implikasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(2), 255-265. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMABEDI/article/view/139>

