

TRANSFORMASI DIGITAL UMKM SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Author: Herlina Meliawati¹, Nurvitah Cahyani², Annisa Romadhona³, Oki Iqbal Khair⁴Universitas Pamulang¹⁻⁴E-mail Penulis: melia007ad@gmail.com¹, nurvitahcahyani13@gmail.com²,
anissaromadohna19@gmail.com³, dosen01801@unpam.ac.id⁴**Abstract**

Digital transformation has become a critical factor in strengthening the position of SMEs in Indonesia and supporting the growth of the creative economy sector. Digitalization enables SMEs to enhance operational efficiency through automation of business processes, financial management, and digital marketing. It also opens broader market access via e-commerce platforms and social media, boosting sales and business sustainability. Product innovation is facilitated by digital technologies, including digital design and transaction-supporting applications. Despite its significant benefits, the process faces challenges such as low digital literacy among entrepreneurs, technological infrastructure limitations, and insufficient technical support. The collaboration of government, private sector, and community stakeholders is crucial to provide sector-based training, expand technological infrastructure, and formulate policies that ensure sustainable digitalization. With appropriate and inclusive strategies, digitalization can become the main driver of the national creative economy, enabling SMEs to remain competitive in the global digital era and contribute substantially to sustainable national economic growth.

Keyword: Digitalization, SMEs, Creative Economy

Abstrak

Transformasi digital menjadi faktor utama dalam memperkuat posisi UMKM di Indonesia dan mendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif. Digitalisasi memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses bisnis, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital. Selain itu, digitalisasi membuka akses pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha. Inovasi produk menjadi lebih mudah dengan bantuan teknologi digital, termasuk desain digital dan aplikasi pendukung transaksi. Meskipun manfaatnya besar, proses ini menghadirkan berbagai tantangan seperti rendahnya tingkat literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan kurangnya pendampingan teknis yang memadai. Peran pemerintah, swasta, dan komunitas dalam kolaborasi strategis sangat diperlukan untuk menyediakan pelatihan berbasis sektor, memperluas infrastruktur teknologi, serta membuat kebijakan yang mendukung keberlanjutan digitalisasi UMKM. Dengan strategi yang tepat dan inklusif, digitalisasi mampu menjadi penggerak utama dalam ekonomi kreatif nasional, memastikan UMKM tetap kompetitif di era digital global,

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musyitari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musyitari.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/)

dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.	
--	--

Kata Kunci : Digitalisasi, UMKM, Ekonomi Kreatif

PENDAHULUAN

Indonesia kini memiliki sekitar 64 - 65 juta unit UMKM, yang menyumbang sekitar 60 - 61 % terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 96 - 97 % tenaga kerja (Satriani *et al.*, 2024). Menurut Yuniati & Supriadin (2024), Dalam era digital, UMKM menjadi tulang punggung bukan hanya dari segi ekonomi, namun juga dari aspek ekonomi kreatif sektor yang mengedepankan inovasi, karya, dan kreatifitas. Digitalisasi menjadi salah satu solusi utama untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam bersaing di pasar modern. Digitalisasi merangkum penggunaan teknologi seperti media sosial, *e-commerce*, sistem pembayaran elektronik, hingga aplikasi akuntansi dan desain digital. Tanpa transformasi ini, banyak UMKM yang terancam kalah bersaing karena terbatasnya akses pasar serta rendahnya skala operasional.

Beberapa studi terbaru menunjukkan dampak nyata digitalisasi bagi kinerja UMKM. (Pradana *et al.*, 2024), mengemukakan bahwa transformasi digital meliputi pemasaran digital, penggunaan media online, dan kepemimpinan digital berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan performa dan daya saing bisnis UMKM. Hal ini diperkuat oleh penelitian Pradana *et al.* (2024), dari Jurnal Identik yang mencatat bahwa digitalisasi meningkatkan efisiensi operasional hingga $\pm 45\%$, terutama dalam pengelolaan stok, promosi, dan interaksi pelanggan. Digitalisasi bukan sekadar penggunaan teknologi, tetapi perubahan model bisnis yang mendorong UMKM menuju skala usaha yang lebih besar dan inklusif.

Sektor ekonomi kreatif semakin bergantung pada platform digital untuk ekspansi dan brand building. Penelitian Yuniati & Supriadin (2024), menyoroti peran media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dalam membuka akses pasar baru bagi UMKM kreatif. Dengan strategi konten kreatif berupa storytelling dan visual menarik, UMKM kreatif berhasil meningkatkan visibilitas produk dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Hasil penelitian oleh Satriani *et al.* (2024) memperlihatkan digitalisasi tidak hanya membuka jangkauan lebih luas, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dalam sektor kuliner. Namun, hambatan seperti minimnya pelatihan formal memaksa pelaku usaha belajar secara mandiri, yang menimbulkan kesenjangan pengetahuan antar daerah

Dalam penelitian lain, Suasih *et al.* (2022), menggunakan pendekatan MICMAC untuk mengungkap faktor-faktor utama transformasi digital UMKM, yakni: leadership digital, literasi teknologi, akses modal, dan kemitraan platform digital. Faktor-faktor ini saling terkait dan

mempercepat adopsi teknologi. Studi lainnya oleh Afrizal & Megananda (2025), menunjukkan bahwa digitalisasi sistem keuangan melalui aplikasi kas digital dan pembayaran elektronik meningkatkan keberlanjutan UMKM. Namun, rendahnya literasi digital dan infrastruktur yang belum merata masih menjadi kendala dominan, terutama di luar kota besar.

Dukungan pendampingan dan mentoring digital terbukti krusial. Utami & Sitorus (2024) mengungkapkan bahwa program mentoring digital yang terstruktur mampu mempercepat tahapan adopsi teknologi: dari pemahaman digital hingga inovasi digital dalam usaha. Hasilnya, pelaku UMKM mampu merasakan manfaat peningkatan transaksi online hanya dalam kurun waktu dua minggu. Hal ini sejalan dengan Nurhadi *et al.* (2025) yang menekankan literasi digital dan kepercayaan konsumen sebagai faktor utama keberhasilan model bisnis digital untuk akses pembiayaan.

Secara keseluruhan, transformasi digital UMKM menjadi bahan bakar utama penggerak ekonomi kreatif di Indonesia. Ia mampu memperluas akses pasar melalui platform digital, meningkatkan efisiensi operasional dengan alat otomatisasi dan aplikasi akuntansi, dan memperkaya inovasi produk melalui konten visual serta strategi pemasaran digital. Namun agar digitalisasi dapat memberi dampak inklusif dan merata, perlu dukungan dari: (1) penyediaan infrastruktur teknologi merata; (2) program pelatihan dan pendampingan sistematis; (3) kemitraan aktif antara pelaku usaha, platform digital, dan pemerintah; serta (4) akses modal melalui fintech dan sistem pembayaran digital. Jurnal ini hadir untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana digitalisasi mengubah wajah UMKM kreatif, hambatan apa yang dihadapi, serta strategi kolaboratif apa yang bisa diimplementasikan agar UMKM mampu berperan optimal dalam memajukan ekonomi digital Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Transformasi Digital

Transformasi digital merujuk pada proses adaptasi dan integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis, yang mencakup operasional, model bisnis, dan interaksi dengan pelanggan. Sitompul *et al.* (2025), mendefinisikan digitalisasi UMKM sebagai kombinasi penggunaan *e-commerce*, media sosial, pembayaran elektronik, serta aplikasi manajemen, yang bertujuan meningkatkan efisiensi, daya saing, dan inovasi produk. Mereka menyatakan bahwa *“Digital transformation offers operational efficiency, market expansion, and competitiveness, yet the digital divide remains a critical issue”*

Studi oleh Utami & Sitorus (2024), mengidentifikasi tantangan nyata seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan infrastruktur yang belum memadai. Namun solusi melalui pelatihan dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan termasuk pemerintah dan swasta menunjukkan keberhasilan meningkatkan keterampilan digital dan daya saing UMKM

Bahasoan *et al.* (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM merupakan motor utama pertumbuhan ekonomi inklusif di negara berkembang. Dalam pendekatan SLR mereka, ditemukan bahwa UMKM yang mengadopsi digital mengalami peningkatan produktivitas, perluasan jangkauan pasar, dan akses pembiayaan yang lebih luas. Hal ini didukung oleh Fahrozi *et al.*, (2024), yang menegaskan bahwa e-commerce dan media sosial menyediakan platform vital untuk inovasi produk, ekspansi pasar, dan efisiensi operasional saat UMKM menggunakan marketplace. Selain itu, Naufal *et al.* (2025), menyoroti pentingnya kepemimpinan transformasional dalam proses digitalisasi khususnya peningkatan SDM. Mereka menemukan bahwa selain teknologi, budaya organisasi dan pelatihan karyawan digital sama-sama krusial untuk mendorong perubahan berkelanjutan. Aspek penting lainnya adalah digitalisasi akuntansi. Fauzi *et al.* (2023) mengemukakan bahwa dengan sistem pembukuan digital, UMKM dapat meningkatkan akurasi, pengambilan keputusan, dan akses pembiayaan. Namun biaya, kapasitas teknologi, dan keamanan data masih menjadi hambatan serius.

Kesimpulannya, literatur nasional terbaru menegaskan bahwa transformasi digital adalah katalis untuk efisiensi, inovasi, dan inklusi ekonomi UMKM. Namun, agar berhasil, diperlukan integrasi antara teknologi, pembinaan SDM, kebijakan pendukung, dan pemerataan infrastruktur digital.

2. UMKM

UMKM merupakan kategori usaha yang memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan tertentu. UMKM dibagi menjadi tiga kategori: mikro (aset maksimal Rp50 juta, omzet tahunan maksimal Rp300 juta), kecil (aset Rp50-500 juta, omzet Rp300 juta-Rp2,5 miliar), dan menengah (aset Rp500 juta-Rp10 miliar, omzet hingga Rp50 miliar). UMKM tidak hanya menjadi sumber utama penghidupan masyarakat, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam menumbuhkan kewirausahaan lokal dan pemerataan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023),

UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia, menunjukkan peran strategisnya dalam pembangunan ekonomi nasional.

Dalam konteks globalisasi dan era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan dan peluang yang kompleks. Digitalisasi dan perkembangan teknologi informasi mendorong UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Menurut Saputri (2025), digitalisasi memberikan dampak positif bagi UMKM dalam hal akses pasar yang lebih luas, pengelolaan usaha yang lebih efektif, serta kemampuan inovasi yang lebih tinggi. Akan tetapi, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital, akses terhadap teknologi, dan keterampilan manajerial yang memadai. Penelitian Amali *et al.* (2025), juga menegaskan bahwa UMKM perlu didukung dengan infrastruktur yang memadai dan pelatihan berkelanjutan agar dapat bertransformasi secara digital dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Keberhasilan UMKM dalam bertahan dan berkembang di era transformasi digital sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengadopsi teknologi, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, platform digital, dan lembaga keuangan. Amory *et al.* (2025) mencatat bahwa integrasi TIK dalam operasional UMKM terbukti meningkatkan efisiensi, kreativitas, dan potensi ekspansi bisnis, terutama di sektor ekonomi kreatif. Oleh karena itu, dukungan terhadap UMKM tidak hanya sebatas bantuan modal, tetapi juga dalam bentuk pelatihan, mentoring, dan kebijakan strategis yang mendorong transformasi berkelanjutan. Peningkatan daya saing UMKM merupakan kunci dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di era digital.

3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif memadukan kreativitas, ide, dan teknologi idealnya berkembang di era digital. Wijyantini *et al.* (2024) melalui konsep “*digipreneurship*” menekankan pentingnya kreativitas dalam konten dan kemasan untuk meningkatkan pangsa pasar niche lokal. Pendampingan dan pelatihan digital marketing membantu UMKM kreatif memanfaatkan media sosial dan *marketplace*, meningkatkan kesiapan digital dan inovasi produk.

Digital marketing dengan strategi visual storytelling terbukti efektif untuk branding ekonomi kreatif. Amory *et al.* (2025) mencatat bahwa konten kreatif di Instagram dan Facebook mendongkrak *engagement* dan omzet UMKM kreatif. Dalam konteks ekonomi kreatif, efisiensi operasional dan model logistik juga krusial. Sitompul *et al.* (2025),

menegaskan bahwa sistem pembayaran elektronik dan platform TIK memperkuat rantai pasok kreatif sekaligus memperluas jangkauan pasar.

Mentoring khusus bagi sektor kreatif, seperti pelatihan PDKT audiens dan *packaging design* digital, terbukti meningkatkan kemampuan UMKM kreatif. Wijyantini *et al.* (2024) melaporkan bahwa pendampingan digital membantu UMKM meningkatkan kualitas konten dan desain produk, menghasilkan *revenue* dan visibilitas yang lebih baik. Secara keseluruhan, literatur menunjukkan ekonomi kreatif dan digitalisasi UMKM saling menguatkan: kreativitas produk dan pemasaran digital membuka peluang monetisasi yang lebih besar, sementara teknologi memberi akses pasar dan efisiensi operasional. Satu sama lain saling menopang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi pustaka (*library research*) sebagai metode utama dalam pengumpulan data. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena transformasi digital yang terjadi pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta keterkaitannya dengan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali dan menginterpretasikan data dalam bentuk naratif berdasarkan referensi yang sudah ada, bukan melalui pengukuran kuantitatif atau statistik. Dengan demikian, studi ini berfokus pada interpretasi kritis dari berbagai literatur ilmiah, jurnal nasional, prosiding, peraturan perundang-undangan, serta laporan institusi yang relevan guna menyusun kerangka berpikir teoritis dan menggambarkan kondisi empiris yang sedang terjadi.

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah **literatur sekunder** yang terdiri dari artikel jurnal nasional terakreditasi, prosiding seminar ilmiah, dokumen kebijakan dari Kementerian Koperasi dan UKM, laporan statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS), serta publikasi dari lembaga riset terpercaya yang dipublikasikan minimal dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2020-2024). Proses analisis data dilakukan dengan metode analisis isi (*content analysis*) secara kualitatif. Peneliti mengklasifikasikan hasil kajian literatur berdasarkan tema utama seperti: konsep dasar transformasi digital, strategi digitalisasi UMKM, hambatan dan peluang digitalisasi, serta kontribusi digitalisasi terhadap ekonomi kreatif. Setiap informasi yang terkandung dalam literatur dianalisis secara kontekstual untuk melihat keterkaitannya dengan realitas yang berkembang saat ini. Peneliti juga melakukan sintesis literatur, yaitu menggabungkan hasil-hasil penelitian yang serupa untuk mendapatkan kesimpulan umum.

Teknik triangulasi sumber digunakan untuk meningkatkan validitas temuan, yaitu dengan membandingkan temuan dari jurnal akademik dengan data dari dokumen resmi pemerintah dan laporan lembaga internasional. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif dan berimbang mengenai peran penting transformasi digital UMKM dalam memperkuat sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Transformasi Digital dalam Penguatan Daya Saing UMKM

Transformasi digital menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2023, UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, yakni menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, meskipun secara jumlah sangat dominan, UMKM sering kali menghadapi keterbatasan dalam efisiensi produksi, akses pasar, permodalan, dan pengelolaan usaha. Dalam hal ini, transformasi digital diyakini dapat menjadi solusi strategis yang membantu pelaku UMKM memperbaiki proses bisnis, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Penerapan teknologi digital dalam UMKM mencakup berbagai aspek, mulai dari digitalisasi sistem manajemen keuangan, pemasaran digital melalui media sosial, pemanfaatan *platform e-commerce*, hingga penggunaan sistem pembayaran digital. Digitalisasi sistem keuangan membantu pelaku UMKM untuk melakukan pencatatan transaksi secara rapi, transparan, dan efisien. Hal ini tidak hanya mempermudah pengelolaan arus kas, tetapi juga membuka peluang UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan. Di sisi lain, pemasaran digital melalui *platform* seperti Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi saluran promosi yang efektif dan hemat biaya. Dengan konten kreatif dan strategi komunikasi yang tepat, UMKM mampu meningkatkan kesadaran merek serta menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas, bahkan lintas daerah.

Lebih lanjut, penggunaan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak memberikan kemudahan bagi UMKM untuk memasarkan produk secara daring tanpa harus memiliki toko fisik. *Platform-platform* tersebut juga menyediakan fitur analitik penjualan dan pengelolaan toko, yang membantu UMKM dalam mengambil keputusan strategis

berbasis data. Kemampuan untuk menganalisis data penjualan, perilaku konsumen, serta tren pasar menjadi nilai tambah tersendiri dalam meningkatkan adaptivitas dan inovasi usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Bahasoan et al. (2024), menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi strategi digital marketing secara konsisten mengalami peningkatan omzet dan jangkauan konsumen yang signifikan dalam kurun waktu enam bulan. Ini membuktikan bahwa digitalisasi bukan hanya sebuah tren, melainkan kebutuhan yang berdampak nyata terhadap keberlanjutan bisnis.

Meskipun transformasi digital menawarkan banyak keuntungan, proses ini tidak luput dari tantangan, seperti rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur teknologi di wilayah tertentu, serta kurangnya pendampingan dan pelatihan. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, swasta, maupun komunitas digital, sangat penting untuk mendorong adopsi digital yang merata dan berkelanjutan. Program pelatihan digital, bantuan teknologi, dan insentif bagi UMKM yang terdigitalisasi menjadi langkah konkret yang dapat mempercepat proses transformasi tersebut. Pada akhirnya, transformasi digital bukan hanya meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam menciptakan UMKM yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital.

2. Keterkaitan Transformasi Digital dengan Pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Transformasi digital memainkan peran sentral dalam mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut Bangsawan (2023), kebijakan akselerasi transformasi digital telah membuka peluang signifikan bagi sektor ekonomi kreatif, namun juga menghadapi kendala seperti infrastruktur teknologi dan literasi dari tenaga kerja kreatif. Digitalisasi trobos baru jalan bagi pelaku ekonomi kreatif termasuk perajin, desainer, serta konten creator untuk menjual karya mereka melalui kanal digital dan membangun reputasi merek (*brand*) yang lebih kuat. Saat ini, *platform* digital tidak hanya mendukung pemasaran tetapi juga memberikan akses pasar yang lebih luas, mulai dari pasar lokal hingga internasional. Hal tersebut menciptakan demokratisasi akses pasar, yang mampu meningkatkan inklusi ekonomi kreatif.

Perubahan nyata dapat dilihat di lapangan, misalnya pada subsektor kriya dan kuliner kreatif, dimana digitalisasi memungkinkan pelaku usaha menampilkan identitas visual produk melalui strategi storytelling di media sosial. Dengan *tools* seperti Instagram dan TikTok, UMKM kreatif dapat memanfaatkan konten visual video tips membuat kerajinan, wawancara singkat dengan pembuat, atau proses produksi untuk menciptakan daya tarik

emosional dan meningkatkan *engagement* pelanggan. Di sisi lain, ekosistem digital juga menyediakan mekanisme transaksi dan logistik yang memudahkan pengiriman produk tanpa batasan geografis, apalagi ditunjang fitur *e-commerce* dan pembayaran online.

Selain pemasaran dan distribusi, transformasi digital juga mendorong inovasi produk kreatif secara lebih cepat dan relevan. Pelaku industri kreatif kini menggelar *workshop* digital, desain grafis, animasi, serta memanfaatkan teknologi seperti AR dan VR untuk menampilkan karya secara interaktif. Pemanfaatan teknologi ini berujung pada peningkatan kualitas produk, level diferensiasi tinggi, dan kemampuan menyesuaikan tren global. Intervensi literasi teknologi kreatif kolaborasi antara pemerintah, *platform* digital, dan komunitas kreatif menjadi landasan krusial dalam memaksimalkan potensi ekonomi kreatif (Bangsawan, 2023). Dukungan ini mencakup kebijakan, infrastruktur, pelatihan, dan fasilitasi akses pasar digital.

Meski potensi besar tercipta, tantangan dalam transformasi digital sektor ekonomi kreatif pun nyata. Infrastruktur yang belum merata, terutama di daerah terpencil dan desa, menyebabkan disparitas kemampuan pelaku usaha kreatif untuk mengakses teknologi digital. Begitu pula tingkat literasi digital yang masih rendah menjadi penghambat utama. Untuk itu, Bangsawan menekankan pentingnya menyelaraskan kebijakan transformasi digital dengan kondisi lokal, seperti ketersediaan internet, paket data terjangkau, serta pelatihan digital yang relevan dengan karakteristik subsektor kreatif tertentu. Akses ini harus dibarengi dengan regulasi pendukung perlindungan kekayaan intelektual agar karya kreatif pelaku UMKM terjaga keasliannya saat dipasarkan lewat jalur digital.

Secara keseluruhan, keterkaitan antara transformasi digital dan pertumbuhan ekonomi kreatif sangat erat. Digitalisasi bukan hanya sebagai capaian teknologi semata, namun juga sebagai model bisnis baru yang memungkinkan pelaku kreatif untuk berinovasi, berkolaborasi, dan bersaing di kancah nasional maupun global.

3. Tantangan dan Strategi Penguatan UMKM dalam Era Digital

Transformasi digital membawa manfaat besar bagi UMKM, namun perjalanan digitalisasi tidak bebas dari tantangan signifikan, terutama pada literasi digital. Studi Utami & Sitorus (2024), mengungkapkan bahwa banyak pelaku UMKM di Jakarta dan Bekasi menghadapi hambatan berupa rendahnya kemampuan menggunakan platform digital yang berujung pada kesulitan akses terhadap sistem *e-commerce*, media sosial, maupun aplikasi keuangan digital. Di samping itu, kelemahan infrastruktur, seperti jaringan internet yang tidak merata dan perangkat keras yang mahal, semakin menyulitkan pelaku usaha kecil

untuk menjalankan aktivitas digital secara optimal. Kondisi ini menuntut upaya sistematis untuk memperkuat fondasi digital dari tingkat dasar.

Untuk menjawab persoalan literasi dan akses, sejumlah strategi penguatan perlu diimplementasikan. Santoso *et al.* (2025) mengemukakan bahwa model bisnis UMKM yang berkelanjutan secara digital sangat terbantu dengan adanya struktur pendampingan dan model pelatihan sektoral berbasis teknologi. Pelatihan yang dirancang sesuai karakteristik subsektor seperti kriya, kuliner, dan *fashion* lebih mudah diserap dan diteruskan dalam jangka panjang. Strategi ini didukung oleh Sahrir & Sunusi (2024), dalam studi kasus 20 UMKM di Palopo, pendampingan langsung disertai pelatihan teknis digital berhasil meningkatkan efisiensi operasional, stabilitas keuangan, serta visibilitas di platform *e-commerce* dengan efek simulasi positif yang besar. Pendekatan ini meliputi pelatihan penggunaan media sosial, sistem pencatatan digital, dan *marketplace* untuk membangun kehadiran digital secara terpadu.

Namun, pendampingan saja belum cukup jika tidak disertai penguatan ekosistem digital yang inklusif. Hal ini juga menekankan bahwa perlunya sinergi antar pemangku kepentingan pemerintah, swasta, platform teknologi dalam mendukung UMKM melalui penyediaan infrastruktur, akses modal, dan dukungan kebijakan digital. Selain itu, disarankan untuk menyediakan pusat inkubasi digital yang dapat berfungsi sebagai hub teknologi digital UMKM, lengkap dengan fasilitas *coworking*, pelatihan berkelanjutan, dan mentoring oleh praktisi NU digital. Ini sesuai dengan rekomendasi Hidayat *et al.* (2024), yang menyoroti perlunya adanya kerangka kebijakan inklusif, subsidi perangkat digital, internet murah, pelatihan digital gratis, serta modul yang mudah dipahami UMKM. Dengan struktur yang kuat, digitalisasi tidak akan bergantung pada individu, melainkan menjadi kebijakan kolektif yang mendorong keberlanjutan.

Strategi ketiga adalah integrasi akses pembiayaan berbasis digital, karena banyak UMKM yang belum cukup *bankable* atau tidak memiliki laporan keuangan rapi. Hidayat *et al.* (2024), mencatat bahwa UMKM yang menerapkan sistem keuangan digital dan pelaporan menggunakan aplikasi kas digital lebih berpeluang mengakses pinjaman formal serta mendapatkan insentif fintech. Ini membuka jalan bagi kemitraan fintech dengan pelaku UMKM, memungkinkan mereka memperoleh pinjaman usaha, modal kerja, dan bantuan pelatihan terkait manajemen keuangan. Keterkaitan strategis ini penting agar digitalisasi tidak hanya berhenti pada efisiensi operasional, tetapi juga mendorong keberlangsungan finansial.

Secara keseluruhan, tantangan digitalisasi UMKMyang mencakup literasi, infrastruktur, dan akses keuangan dapat ditanggulangi dengan strategi penguatan yang menyeluruh: (1) pembinaan literasi dan pelatihan digital berbasis sektor; (2) penyediaan ekosistem digital inklusif melintasi sektor publik dan swasta; serta (3) integrasi keuangan digital untuk menjamin keberlanjutan usaha. Ketiga hal tersebut berfungsi saling melengkapi dan membentuk fondasi yang kokoh bagi UMKM agar tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang menjadi penggerak utama ekonomi digital dan kreatif nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, Transformasi digital telah terbukti menjadi pendorong utama dalam memperkuat posisi UMKM di tengah arus ekonomi digital dan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional UMKM, tetapi juga membuka akses pasar yang lebih luas, mendorong inovasi produk, dan memungkinkan integrasi dalam ekosistem ekonomi kreatif yang lebih kompetitif. Namun, proses ini juga menghadirkan sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta minimnya pendampingan teknis. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan strategi penguatan yang melibatkan pelatihan berbasis kebutuhan sektor, penyediaan infrastruktur teknologi, serta kolaborasi aktif antar pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, swasta, dan komunitas digital. Ketika transformasi digital dijalankan secara inklusif dan berkelanjutan, UMKM tidak hanya mampu bertahan di era digital, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam ekonomi kreatif nasional. Oleh karena itu, penguatan kebijakan digitalisasi UMKM harus menjadi prioritas nasional agar potensi ekonomi lokal dapat terus tumbuh dan bersaing secara global, mendorong Indonesia menjadi negara dengan fondasi ekonomi digital yang kuat dan berbasis pada inovasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, S. H., & Megananda, T. B. (2025). Transformasi Digital : Meningkatkan Keberlanjutan Umkm Melalui Digitalisasi Keuangan Digital Transformation : Enhancing Msme Sustainability Through Financial Digitalization. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(2), 2914-2922.
- Amali, M. S., Fatmawati, S., & Rosdiana, D. A. (2025). Prosiding Seminar Nasional Manajemen Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 338-341.

- Amory, J. D. S., Hayadin, M. R., & Mamuju, U. M. (2025). Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Model Bisnis UMKM : Kajian Literatur tentang Inovasi dan Keberlanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2456-2462.
- Bahasoan, A. N., S, N. Q., Wahdaniah, B, I., & Azis, M. S. (2024). Transformasi Digital pada UMKM : Penggerak Pertumbuhan. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9-19.
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27-40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Fahrozi, I. A., Irwan, M., & Nasution, P. (2024). Pentingnya Peran E-Commerce Dalam Mengembangkan Bisnis. *Journal Of Informatics And Busines*, 02(01), 115-120.
- Fauzi, Leni Rahmayana, Ika Wulandari, & Bagus Hari Sugiharto. (2023). Mengapa Digitalisasi Akuntansi Harus di Lakukan Pada Perusahaan UMKM : Sebuah Tinjauan Pustaka. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 43-56. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.179>
- Hidayat, I., Qurotulaini, D. L., Safitri, N. A., & Novitasari, R. (2024). Transformasi Digital Pada UMKM di Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan dan Peluang Pada Akses Pembiayaan Digital Transformation of MSMEs in Indonesia in Facing Challenges and Opportunities in Access to Financing. *Jurnal Intelek Insan Cenia*, 1(10), 7414-7423.
- Naufal, M. R., Daud, I., & Sulistiowati. (2025). Strategi Transformasi Digital dan Kepemimpinan Transformasional untuk Optimalisasi Kinerja Sumber Daya Manusia pada UMKM : Tinjauan Literatur. *Manajemen Business Innovation Conference*, 8, 467-478.
- Nurhadi, D., Harti, H., & Wulandari, S. S. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Karakter Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Berwirausaha Pada Anggota AWBE Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 224-235. <https://doi.org/10.17977/um014v16i12023p034>
- Pradana, M. R. A., Parella, E., & Putra, N. P. (2024). Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Relevansi : Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 25-29. <https://jurnal.stiekrakatau.ac.id/index.php/relevansi/article/view/112%0Ahttps://jurnal.stiekrakatau.ac.id/index.php/relevansi/article/view/112/77>
- Sahrir, S. S., & Sunusi, A. (2024). Peran Transformasi Digital terhadap Penguatan Stabilitas Keuangan UMKM di Kota Palopo. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 469-475.
- 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.
- Saputri, D. S. (2025). Nusa Science Peran Digitalisasi dalam Transformasi Bisnis : Studi pada UMKM di Kota Bogor yang Beradaptasi dengan Nusa Science. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 40-50.

- 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).
- 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.
- Suasih, N. N. R., Wijaya, P. Y., & Yudha, I. M. E. K. (2022). Key Factors Transformasi Digital UMKM (Pendekatan Analisis MICMAC pada UMKM di Bali). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2).
- 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>
- Wijyantini, B., Arif, A., Sobri, T., Jember, U. M., & Jember-, J. K. N. (2024). Transformasi Digital : Strategi Digipreneurship untuk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 10(2), 189-197.
- Yuniati, M., & Supriadin. (2024). Penerapan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Akses Pasar UMKM Di Sektor Kreatif Pendekatan Media Sosial. *Economica Insight*, 1(1), 7-12.