

ANALISIS DAMPAK DIGITALISASI UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI INDONESIA

Mutiarani¹, Novi Royani², Dewi Mitasari³, Gustina Masitoh⁴, Thamara Idil Fitri⁵

1 Universitas Nurul Huda; mutiarani1710@gmail.com

2 Universitas Nurul Huda; royaninovi53@gmail.com

3 Universitas Nurul Huda; dewimitasari36@gmail.com

4 Universitas Nurul Huda; gustina@unuha.ac.id

Keywords:

Digitalization,
MSMEs, Local
Economic Growth,
Digital
Transformation.

Abstract

This study aims to analyze the impact of digitalization on regional economic growth through strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. The approach used is a systematic literature review that examines how digitalization can expand market reach, improve operational effectiveness, and encourage innovation among MSMEs. The findings show that digitalization plays an important role in increasing local productivity and competitiveness of MSMEs, thus contributing to the acceleration of economic growth at the local level. However, there are still obstacles such as inequality in digital infrastructure, low technological literacy, and suboptimal regulations that hinder the maximum utilization of digitalization. The findings of this study provide recommendations to policy makers and MSME players in order to strengthen the digital ecosystem to support inclusive and sustainable economic growth in Indonesia.

Kata kunci:

Digitalisasi,UMKM,
Pertumbuhan
Ekonomi
Transformasi
Digital.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pendekatan yang digunakan berupa tinjauan literatur sistematis yang menelaah bagaimana digitalisasi dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas operasional, serta mendorong inovasi di kalangan UMKM. Temuan menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan produktivitas Lokal, dan daya saing UMKM, sehingga berkontribusi pada percepatan pertumbuhan ekonomi di Tingkat local. Meski demikian, masih terdapat kendala seperti ketimpangan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, dan regulasi yang belum optimal yang menghambat pemanfaatan digitalisasi secara maksimal. Temuan penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pembuat kebijakan dan pelaku UMKM agar dapat memperkuat ekosistem digital guna mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

*Diajukan : Maret
2025*

*Diterima : April
2025*

*Diterbitkan : April
2025*

Corresponding Author:

Mutiarani

Universitas Nurul Huda; mutiarani1710@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis pada perekonomian Indonesia, khususnya untuk menopang pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Peningkatan jumlah UMKM dan kontribusinya yang sangat signifikan terhadap penyediaan lapangan kerja dan produk domestik bruto membuat pengembangan UMKM menjadi prioritas utama pemerintah dan para pihak yang berkepentingan di sektor perekonomian. Digitalisasi juga merupakan salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia. Melalui dukungan teknologi digital seperti platform ecommerce, media sosial, dan aplikasi manajemen bisnis, UMKM dapat memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi biaya transaksi. Dengan begitu, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan mencapai tingkat nasional dan internasional, serta dapat mempercepat inovasi produk dan layanan. UMKM memiliki peranan penting terhadap pertumbuhan dan perkembangan usaha untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional. UMKM mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. UMKM juga mampu meningkatkan semangat kerja karyawan dan mendistribusikan hasil-hasil pembangunan dengan lebih merata. Pasca pandemi Covid-19, perekonomian mulai pulih dengan cepat, meskipun pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan akibat dampak pandemi yang menurunkan pendapatan UMKM. Dalam pemulihan pasca Covid-19, terdapat lima skema utama untuk melindungi UMKM, salah satunya adalah memberikan bantuan sosial kepada pelaku UMKM yang masuk dalam kategori miskin dan rentan. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan internal dan eksternal yang menghambat pertumbuhan dan perkembangannya. Oleh karena itu, peran UMKM sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia dengan mengidentifikasi potensi dan kendala yang dihadapi serta merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan dan daya saingnya, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. (Yulya Ammi Hapsari et al., 2024a)

Digitalisasi memberikan dampak positif yang cukup besar terhadap perkembangan ekonomi UMKM di tingkat lokal di Indonesia. Dengan adanya transformasi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan produktivitas melalui pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, big data, dan sistem pembayaran digital. UMKM yang menerapkan teknologi digital biasanya mengalami peningkatan pendapatan dan penambahan tenaga kerja, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah setempat.

Selain itu, digitalisasi juga membuka kesempatan bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional, sehingga meningkatkan daya saing dan kapasitas produksi mereka. Namun demikian, masih terdapat kendala seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur di daerah pedesaan yang perlu diatasi agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara merata oleh seluruh UMKM.

Rogers mengidentifikasi empat elemen utama dalam proses difusi inovasi: inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Proses adopsi inovasi terdiri dari lima tahap, yaitu pengetahuan (mengetahui teknologi), persuasi (menilai manfaat dan risiko), keputusan (memutuskan untuk mengadopsi atau tidak), implementasi (menggunakan teknologi), dan konfirmasi (menilai hasil penggunaan). Tahapan ini membantu UMKM meningkatkan produktivitas melalui efisiensi operasional dan memperluas pasar dengan akses digital yang lebih luas.

Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers menjelaskan bagaimana inovasi atau teknologi baru menyebar dan diadopsi oleh individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial melalui proses komunikasi dari waktu ke waktu. Dalam konteks UMKM, teori ini menjelaskan bahwa adopsi teknologi digital—seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi kasir digital—tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana informasi tentang teknologi tersebut disebar dan diterima oleh pelaku UMKM.

Adopsi teknologi oleh UMKM meningkatkan daya saing usaha kecil karena teknologi digital memungkinkan mereka menjangkau pelanggan lebih luas, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan kecepatan layanan. Misalnya, inovasi seperti platform SiBakul Markethub yang menyediakan layanan free ongkir terbukti meningkatkan omzet UMKM di Yogyakarta setelah melalui proses difusi dan adopsi inovasi tersebut. Namun, keberhasilan adopsi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, relevansi dengan kebutuhan UMKM, dan dukungan sosial dari komunitas atau pemerintah.

Proses digitalisasi UMKM menghadapi sejumlah kendala utama yang perlu mendapat perhatian serius. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan, yang membatasi kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi seperti platform e-commerce, pemasaran digital, dan sistem manajemen berbasis teknologi. Selain itu, ketidakmerataan infrastruktur digital, khususnya akses internet yang cepat dan stabil, menjadi hambatan signifikan bagi UMKM di wilayah terpencil sehingga mereka sulit bersaing dengan UMKM di kota yang lebih maju secara teknologi. Faktor lain yang menghambat adalah tingginya biaya investasi teknologi, termasuk pengadaan perangkat keras, perangkat lunak, serta pelatihan sumber daya manusia, yang seringkali sulit dijangkau oleh UMKM dengan modal terbatas. Di samping itu, regulasi yang belum sepenuhnya mendukung, seperti kebijakan perpajakan e-commerce yang rumit dan minimnya insentif, turut memperlambat proses digitalisasi. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis seperti peningkatan literasi digital melalui pelatihan, pemerataan pembangunan infrastruktur teknologi, serta kebijakan yang mendorong adopsi teknologi digital secara inklusif dan berkelanjutan agar UMKM dapat berkembang optimal di era digital. Peran pemerintah dan kolaborasi lintas sektor sangat penting dalam membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan bagi UMKM. Pemerintah berkontribusi melalui pembuatan kebijakan yang mendukung, penyediaan infrastruktur teknologi, serta pelaksanaan program pelatihan literasi digital

untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Berbagai inisiatif pelatihan seperti yang diselenggarakan oleh platform e-commerce besar telah membantu UMKM meningkatkan keterampilan digital mereka. Selain itu, sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan memperkuat akses UMKM ke teknologi dan pasar digital. Sektor swasta menyediakan platform dan teknologi pendukung, sementara lembaga pendidikan berperan dalam menyelenggarakan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM di tingkat lokal. Kerja sama ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar UMKM, tetapi juga meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha secara berkelanjutan. Dukungan multisektor juga mencakup penyederhanaan regulasi dan pemberian insentif yang mempermudah transformasi digital UMKM. Melalui pendekatan kolaboratif tersebut, pemerintah menargetkan tercapainya 50 persen UMKM yang sudah go digital pada tahun 2030, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan kemajuan teknologi digital yang semakin cepat, digitalisasi UMKM kini menjadi faktor krusial dalam mendorong perkembangan ekonomi di tingkat lokal di Indonesia. Proses transformasi digital memberikan kesempatan luas bagi UMKM untuk memperbesar jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi dalam operasional, serta memperkuat daya saing produk mereka baik di pasar nasional maupun internasional. Melalui penggunaan platform e-commerce dan teknologi digital lainnya, UMKM mampu meningkatkan pendapatan serta membuka lapangan pekerjaan baru yang memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah.

Meski demikian, digitalisasi UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan utama, seperti rendahnya kemampuan literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi terutama di wilayah terpencil, dan biaya investasi yang masih menjadi kendala bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Selain itu, persaingan pasar yang semakin ketat serta risiko terkait keamanan data menjadi hambatan yang perlu diatasi agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara merata.

Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang kuat antara pemerintah, penyedia teknologi, dan pelaku UMKM untuk mempercepat penerapan teknologi digital, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, serta membangun ekosistem digital yang inklusif. Dengan langkah ini, digitalisasi UMKM dapat berperan sebagai pendorong utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan merata di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif dampak digitalisasi terhadap performa UMKM di Indonesia, dengan penekanan pada peningkatan pendapatan dan penambahan tenaga kerja sebagai indikator utama keberhasilan transformasi digital. Selain itu, studi ini berusaha memahami bagaimana digitalisasi berperan sebagai penggerak utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal melalui inovasi dan perubahan dalam model bisnis UMKM. Dalam hal ini, penelitian akan mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan teknologi digital, seperti keterbatasan sumber daya manusia,

rendahnya literasi digital, dan kurangnya infrastruktur yang memadai, sekaligus mengungkap peluang yang dapat dimanfaatkan dari kemajuan teknologi tersebut. Selanjutnya, penelitian ini juga akan mengevaluasi peran penting pemerintah dan platform digital sebagai pendukung utama dalam mempercepat adopsi digitalisasi UMKM, serta bagaimana sinergi antar pemangku kepentingan dapat membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti secara akademis dan praktis dalam merumuskan kebijakan dan strategi digitalisasi UMKM yang efektif, guna memperkuat pertumbuhan ekonomi lokal secara menyeluruh dan berkelanjutan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*literature review*) sebagai pendekatan utama, dengan fokus pada analisis pengaruh digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap perkembangan ekonomi lokal di Indonesia. Sumber data yang digunakan bersifat sekunder, diperoleh dari berbagai referensi seperti jurnal akademik, buku, artikel, serta dokumen yang membahas digitalisasi UMKM dan ekonomi lokal.

Pengumpulan data dilakukan melalui proses identifikasi, seleksi, dan penghimpunan literatur yang relevan dari berbagai database ilmiah dan sumber terpercaya. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksploratif, yang bertujuan untuk menyusun, menilai, dan menafsirkan informasi yang diperoleh dari studi sebelumnya.

Tahapan analisis mencakup pembacaan literatur secara mendalam, pengelompokan informasi ke dalam beberapa tema utama seperti strategi digitalisasi, faktor-faktor pendukung, hambatan, serta dampak digitalisasi terhadap ekonomi lokal. Peneliti kemudian membandingkan hasil-hasil studi untuk mengidentifikasi pola, kesamaan, maupun perbedaan yang dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai kontribusi digitalisasi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menyusun sintesis literatur secara sistematis dan kritis, serta memberikan rekomendasi berbasis temuan untuk mendorong pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital demi mendukung kemajuan ekonomi lokal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku UMKM di Indonesia yang mulai menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi melalui penerapan strategi pemasaran digital sebagai upaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka. Dalam proses adaptasi ini, pelaku usaha kecil dan menengah memanfaatkan berbagai media digital seperti jaringan internet, platform media sosial, situs web, serta marketplace populer seperti Tokopedia dan Shopee sebagai alat utama untuk melakukan promosi dan transaksi penjualan

produk. Pendekatan berbasis digital ini terbukti efektif dalam membantu UMKM meningkatkan daya saing bisnis serta memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan, terutama di tengah kondisi pasar yang semakin kompetitif. (Hutagaol et al., 2024)

UMKM DI INDONESIA

UMKM memegang peran krusial bagi perekonomian Indonesia: jumlahnya mencakup sekitar 99 % dari seluruh unit usaha, dengan ± 66 juta pelaku pada 2023. Sektor ini menyumbang kira-kira 61 % terhadap PDB – sekitar Rp 9 580 triliun – dan menampung sekitar 117 juta tenaga kerja, atau 97 % dari total pekerja.

Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

*Diolah dari berbagai sumber

Pengelompokan UMKM pada dasarnya ditentukan oleh besaran modal awal. Jika modal tidak melebihi Rp 1 miliar (di luar nilai tanah dan bangunan tempat usaha), usaha tersebut tergolong mikro. Modal di atas Rp 1 miliar hingga Rp 5 miliar menempatkannya dalam kategori menengah. Modal yang melampaui batas tersebut mengklasifikasikannya sebagai usaha besar.



Pemerintah bersama Kadin terus mendorong UMKM untuk terlibat dalam ekosistem digital. Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan 24 juta UMKM terhubung ke pasar digital pada 2023, lalu meningkat menjadi 30 juta pada 2024. Untuk merealisasikannya, Kadin mendukung berbagai inisiatif transformasi digital – termasuk

program “Four Point Wirausaha” –selaras dengan upaya Kemenkop UKM yang membuka Pusat Layanan Usaha Terpadu.

Pembahasan

Implementasi teknologi digital dalam aktivitas usaha juga memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi di tingkat lokal, khususnya di wilayah-wilayah kecil dan pedesaan. Di daerah tersebut, UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam sistem pemasaran mereka memperoleh kemudahan dalam mempromosikan serta mendistribusikan produk-produk lokal ke pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku usaha dan masyarakat sekitar, serta mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. proses digitalisasi UMKM di Indonesia tidak selalu berjalan mulus dan masih menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Beberapa hambatan utama yang dihadapi antara lain adalah keterbatasan keterampilan dalam bidang teknologi digital, minimnya pemahaman tentang manajemen platform digital, rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap sistem transaksi daring, serta akses yang terbatas terhadap sumber pembiayaan atau permodalan untuk mendukung pengembangan teknologi dalam usaha. Kendala-kendala ini menjadi faktor penghambat yang cukup signifikan dalam upaya transformasi digital UMKM secara menyeluruh dan merata.

Untuk menjawab tantangan tersebut, sejumlah UMKM telah mulai menerapkan berbagai strategi adaptasi yang bersifat aktif dan progresif. Langkah-langkah tersebut mencakup penyelenggaraan pelatihan keterampilan digital baik secara mandiri maupun bekerja sama dengan institusi pelatihan, menjalin kemitraan strategis dengan pihak ketiga seperti penyedia layanan digital, lembaga pemerintah, ataupun lembaga keuangan mikro, serta memperkuat layanan purna jual dan pelayanan pelanggan guna membangun serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang mereka tawarkan secara online. UMKM yang mampu bersikap proaktif dalam mengadopsi perkembangan teknologi umumnya menunjukkan kemampuan bersaing yang lebih tinggi di ekosistem digital yang terus berkembang.

Selain itu, penting untuk dipahami bahwa setiap daerah di Indonesia memiliki kondisi sosioekonomi, budaya, dan infrastruktur digital yang berbeda-beda, sehingga strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh UMKM harus disesuaikan dengan karakteristik lokal masing-masing wilayah. Pendekatan yang kontekstual dan berbasis kebutuhan lokal menjadi faktor kunci dalam merancang kebijakan maupun strategi digitalisasi yang lebih efektif, relevan, dan berkelanjutan bagi UMKM di seluruh penjuru negeri.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas wawasan mengenai urgensi transformasi digital bagi sektor UMKM dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Temuan ini sangat bermanfaat bagi para pembuat kebijakan, pelaku usaha, serta kalangan akademisi dalam menyusun kebijakan strategis yang dapat mendorong digitalisasi UMKM secara inklusif, adaptif, dan berkesinambungan di Indonesia.

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (1997), yang menyebutkan bahwa ekonomi digital adalah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi. Fenomena ini memiliki ciri khas sebagai ruang intelijen yang mencakup informasi, akses terhadap instrumen informasi, kapasitas untuk memproses informasi, dan pengolahan data informasi itu sendiri. Komponen utama dari ekonomi digital yang pertama kali diidentifikasi meliputi industri Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), aktivitas e-commerce, serta distribusi digital barang dan jasa. Sementara itu, Zimmerman (2000) mengemukakan bahwa konsep ekonomi digital berfungsi untuk menguraikan pengaruh pada skala global dari tingginya kecepatan perkembangan TI dan komunikasi terhadap konteks sosial dan perekonomian dunia. (Aysa, 2021)

Indikator dengan latar perekonomian digital adalah terjadinya pertukaran dagang internasional yang tidak melibatkan fasilitator. Hal ini memberikan kebebasan bagi para pelaku pasar untuk berpartisipasi tanpa adanya campur tangan pihak ketiga, yang sering kali menjadi penghalang dalam proses tersebut. Ekonomi digital menawarkan ruang kompetisi sekaligus pembaruan yang dapat diimplementasikan dengan mudah oleh para pembisnis, terutama yang berskala kecil & menengah. Konsep perekonomian digitalisasi dapat dipahami sebagai “ekonomi berbagi,” dan mendorong pelaku UMKM untuk memperluas cakupan usaha mereka. Namun, guna membentuk kondisi yang sehat bagi pelanggan, perlu ada kesetabilan antara keperluan bisnis & kebutuhan perusahaan kecil dan menengah.

Oleh karena itu, regulasi yang adil sangat diperlukan untuk memastikan bahwa wewenang & tanggung jawab pelanggan serta pengusaha dapat terpenuhi dengan seimbang. Dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia, ada beberapa sektor yang dipandang memiliki potensi besar untuk mendorong perekonomian negara, di antaranya adalah sektor keuangan. Sektor ini merupakan salah satu yang paling fleksibel dalam mengadopsi perkembangan TIK. Dalam memberikan layanan kepada nasabah, industri perbankan telah memanfaatkan teknologi melalui berbagai layanan seperti mobile banking, sms banking, dan internet banking, yang sudah diproduksi sebagai produk utama yang disediakan oleh institusi perbankan. Rakyat pun semakin banyak yang memanfaatkan layanan melalui platform digital ini disebabkan oleh faedah dan kelancaran yang ditawarkan. Selain itu, pesatnya perkembangan startup di Indonesia telah melahirkan berbagai aplikasi keuangan, termasuk fintech, yang mempermudah pelaku usaha dalam memperoleh modal. (Aysa, 2021)

Selain sektor keuangan, sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif juga sangat berpotensi dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Sektor pariwisata & ekonomi kreatif mempunyai hubungan yang kuat dengan kebudayaan. Hal ini terlihat dari atraksi budaya yang ada di destinasi wisata, yang menarik wisatawan baik lokal maupun internasional. Wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata akan mengenal produk budaya lokal yang pada akhirnya dapat mendorong penjualan produk-produk kreatif. Misalnya, proses pembuatan batik yang dapat menarik wisatawan dan berdampak pada peningkatan jual-beli batik yang bisa dipasarkan dengan perdagangan digital. Sektor ini diperkirakan dapat mendongkrak perkembangan perekonomian apabila

mendapatkan dukungan dari SDM yang berkualitas & pemanfaatan teknologi berbasis digital yang optimal. (Aysa, 2021)

Selanjutnya, industri pertanian juga merasakan dampak positif dari perkembangan teknologi digital. Seiring munculnya berbagai inovasi dalam sektor ini, banyak petani yang mulai mengadopsi pola pertanian berbasis teknologi. Hal ini mengubah pola pertanian konvensional menuju sistem pertanian digital yang lebih modern dan efisien. Di era pertanian 4.0, petani dapat berinteraksi secara digital dengan berbagai pihak, seperti konsumen, distributor, dan supplier, tanpa terhalang oleh jarak. Semua kegiatan produksi dapat tercatat dalam sistem yang memungkinkan kontrol, pengawasan, dan prediksi terhadap hasil pertanian. Meskipun begitu, penggunaan teknologi dalam pertanian masih menghadapi kendala, seperti perbedaan geografis antar daerah, rendahnya tingkat pengetahuan, dan keterbatasan sumber daya yang menjadi penghambat utama dalam adopsi teknologi. (Aysa, 2021)

Meskipun digitalisasi membawa banyak manfaat, tidak dapat dipungkiri bahwa dampak negatifnya juga ada. Beberapa keuntungan yang bisa diperoleh dari digitalisasi dalam perekonomian Indonesia antara lain adalah: (a) pasar yang lebih luas. Ekonomi digital memudahkan pelaku bisnis untuk menjangkau konsumen dan pemasok tanpa batasan ruang dan waktu. E-commerce telah memperluas jaringan pasar, memungkinkan transaksi dilakukan tanpa bertatap muka. Pendapatan sector e-commerce pada saat tahun 2019 mencapai 6 miliar USD, & diantisipasi akan tumbuh kontribusi terhadap PDB mencapai 35.000.000.000 USD berkat pertumbuhan tahunan sebesar 18% (b) Kemudahan transaksi. Layanan m-banking dan i-banking yang berkembang pesat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan tanpa harus berkunjung ke bank secara langsung. (c) Peningkatan produksi. Industri 4.0 memungkinkan perusahaan mengurangi biaya dan waktu produksi, meningkatkan kinerja mesin dan peralatan, serta mempercepat proses produksi dan meningkatkan kualitas produk. (d) Pembayaran yang lebih sederhana. Berkat koneksi internet, proses pembayaran dapat dilakukan secara lebih mudah dan efisien tanpa harus bertemu langsung. (e) Promosi yang lebih variatif dan kreatif. Pengusaha dapat memanfaatkan media digital 24 jam penuh, berbeda dengan bisnis konvensional yang hanya beroperasi pada jam kerja.

Namun, dampak negatif digitalisasi juga muncul, seperti: (a) Kurangnya serapan tenaga kerja. Perusahaan besar yang mengutamakan efisiensi profit sering kali menggantikan pekerja manusia dengan mesin otomatis yang lebih efisien. Hal ini mengurangi kesempatan kerja di sektor-sektor tertentu, namun UMKM dapat menjadi solusi untuk menyerap tenaga kerja, terutama bagi para pemuda yang terampil. (b) Rentannya penipuan digital. Penyalahgunaan data pribadi untuk penipuan digital semakin marak, dengan modus-modus yang semakin beragam, seperti penipuan melalui survei atau promosi produk palsu di situs e-commerce yang tidak resmi. (c) Plagiarisme. Dengan mudahnya mengakses berbagai konten di internet, tindakan plagiat dan pembajakan semakin sering terjadi, baik secara sengaja maupun tidak

sengaja. Karena konten digital dapat dengan mudah diakses dan dibagikan, pelanggaran hak cipta semakin sulit dicegah.

Singkatnya, UMKM merupakan pilar utama ekonomi Indonesia – mendominasi jumlah usaha, menyumbang mayoritas PDB, dan menyerap hampir seluruh tenaga kerja. Pengelompokan berbasis modal memastikan dukungan kebijakan lebih terarah, sementara percepatan digitalisasi yang digalang pemerintah diharapkan membawa puluhan juta UMKM ke pasar daring. Keberhasilan agenda ini akan memperkuat daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan semakin memantapkan peran strategis

KESIMPULAN

UMKM di Indonesia memegang peranan penting dalam perekonomian negara, berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, pendukung utama produk lokal, serta kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Keberadaan UMKM sangat vital, terlebih di tengah berbagai tantangan, terutama dampak pandemi COVID-19. Meskipun UMKM menghadapi masalah seperti pembiayaan, pemasaran, dan keterbatasan dalam proses transformasi digital, sektor ini tetap menjadi fondasi perekonomian Indonesia. Potensi besar yang dimiliki UMKM memberi mereka kesempatan besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Walaupun menghadapi banyak kendala, UMKM tetap menjadi sektor yang sangat penting dalam mendongkrak perekonomian negara.

Di sisi lain, ekonomi digital semakin berkembang pesat dan menjadi simbol dari peningkatan transaksi ekonomi yang lebih luas dan efisien. Ekonomi digital mengacu pada pemanfaatan teknologi internet sebagai sarana komunikasi dan kerjasama antar individu maupun perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan peningkatan penggunaan internet, transaksi ekonomi yang lebih cepat dan mudah melalui platform digital semakin berkembang. Pandemi COVID-19 semakin mempercepat perubahan ini dengan meningkatkan perilaku konsumen yang lebih banyak beralih ke pola transaksi digital. Pada tahun 2020, ketika pandemi pertama kali melanda, penggunaan e-commerce mengalami lonjakan signifikan, meningkat 38% pada kuartal kedua dan terus berlanjut hingga awal tahun 2021. Bahkan pada Maret 2021, jumlah UMKM yang bergabung dalam berbagai marketplace telah mencapai sekitar 4,8 juta, meningkat dari 3,8 juta pada akhir tahun 2020. Peningkatan ini menunjukkan bagaimana UMKM mulai beradaptasi dengan ekonomi digital sebagai upaya untuk bertahan dan berkembang di tengah tantangan yang ada.

Beberapa manfaat utama yang dapat diperoleh dari digitalisasi dalam perekonomian Indonesia antara lain: pertama, memperluas pangsa pasar. Melalui e-commerce, para pelaku usaha bisa menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terhalang oleh batasan ruang dan waktu. Kedua, kemudahan transaksi. Digitalisasi memungkinkan transaksi dilakukan lebih cepat dan efisien tanpa harus bertatap muka langsung, memberikan kenyamanan bagi konsumen dan pelaku bisnis. Ketiga, peningkatan produksi. Dengan memanfaatkan teknologi digital, perusahaan dapat mengoptimalkan proses produksinya, menurunkan biaya, menghemat waktu, dan

meningkatkan kualitas produk. Keempat, pembayaran yang lebih sederhana. Sistem pembayaran online yang terhubung dengan berbagai platform digital membuat transaksi menjadi lebih praktis dan efisien. Kelima, promosi yang lebih variatif dan kreatif. Pelaku usaha bisa memanfaatkan berbagai platform media sosial dan e-commerce untuk mempromosikan produk secara lebih kreatif dan tanpa batasan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- BRI Developers, "Pentingnya Digitalisasi UMKM di Tahun 2022"
- Galib, M., & Tinggi Ilmu Manajemen Lasharan Jaya Makssar, S. (2024). Transformasi Digital UMKM: Analisis Pemasaran Online dan Dampaknya terhadap Ekonomi Lokal di Indonesia. *JOURNAL OF ECONOMICS AND REGIONAL SCIENCE*, 4(2). <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023tantangan->
- Harahap, L. M., Br Situngkir, J., Wijaya, R. A., Simanungkalit, N. A., Abdillah, A. I., & Ekonomi, F. (2025). *PESTEL: Management and Marketing Journal Peran Peran UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.cendekiainsight.com/index.php/PESTEL>
- Hutagaol, A., Damanik, D. B. N., Saragih, J. R. S., Wijaya, M. F., Sitompul, R. S. M., Sugara, W. H., & Pratama, L. S. (2024). Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Umkm Di Kota Medan. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(3), 729– 738. <https://doi.org/10.36985/kgvmq881>
- INDEF, "Peran Platform Digital terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia," 2024. *Journal of Economics and Regional Science* (2024). Dampak Digitalisasi UMKM terhadap Ekonomi Lokal.
- Kominfo RI. (2022). Laporan Pengembangan Infrastruktur Digital dan Literasi Digital UMKM. Jakarta: Kominfo.
- Laporan Statistik UMKM Tahun 2023. Diakses dari: <https://www.depkop.go.id>
- Nasution, A., Sari, R. P., & Putra, M. H. (2021). Digital Transformation and Its Impact on MSMEs Performance in Indonesia. *Journal of Indonesian Economic Studies*, 7(2), 123-135.
- Nugroho, Y., & Wibowo, A. (2021). "Pengaruh Adopsi Teknologi Digital terhadap Daya Saing UMKM di Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 145-157.
- P2SID UMA, "Dampak Ekonomi Digital pada Usaha Kecil dan Menengah," 2015.
- Sammajiva (2024). Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*.

Author: *Mutiarani, Novi Royani, Dewi Mitasari, Gustina Masitoh, Thamara Idil Fitri*

Supriyanto, E. (2023). Strategi Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(1), 45-60.

Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, & Fahrur Rozi. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53-62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>