

Transformasi UMKM: inovasi digital sebagai jalan menuju keberlanjutan bisnis

Wildanul Jannah

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 250501110004@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

UMKM, inovasi digital, keberlanjutan bisnis, transformasi, teknologi.

Keywords:

(MSMEs), digital innovation, business sustainability, transformation, technology

ABSTRAK

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, namun di tengah arus globalisasi dan persaingan yang semakin intens, UMKM dihadapkan pada sejumlah tantangan besar. Penerapan transformasi digital menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi digital, melalui pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, fintech, dan digital marketing, dapat mendukung keberlanjutan UMKM. Pendekatan yang digunakan adalah studi literatur serta analisis deskriptif terhadap data sekunder yang relevan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat membuka

akses pasar lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempererat hubungan dengan pelanggan. Pembahasan menekankan pentingnya bagi UMKM mengalihkan atau belajar tentang ekonomi digital supaya tidak tertinggal dan bisa beradaptasi dengan perubahan zaman dalam meningkatkan daya saing global dan keberlanjutan bisnisnya. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa inovasi digital bukan sekadar fenomena tren, melainkan strategi penting untuk mencapai keberlanjutan UMKM di Indonesia. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM serta menjadi referensi bagi perumusan kebijakan yang mendorong transformasi digital.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economy. However, amid globalization and increasingly intense competition, MSMEs face significant challenges. The adoption of digital transformation has become a strategic step to enhance competitiveness while ensuring business sustainability. This study aims to analyze how digital innovation, through the utilization of technologies such as e-commerce, fintech, and digital marketing, can support the sustainability of MSMEs. The approach used is a literature review combined with descriptive analysis of relevant secondary data. The findings indicate that the use of digital technology can broaden market access, improve operational efficiency, and strengthen customer relationships. The discussion emphasizes the importance for MSMEs to shift toward or learn about the digital economy so as not to be left behind and to adapt to changing times in order to enhance global competitiveness and business sustainability. The conclusion of the study asserts that digital innovation is not merely a trend, but a crucial strategy for achieving MSME sustainability in Indonesia. This research is expected to provide practical benefits for MSME actors and serve as a reference for policy formulation that encourages digital transformation.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. UMKM menjadi fondasi ekonomi nasional dengan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan. Sekitar 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia adalah UMKM, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau setara dengan Rp. 8.573,89 Triliun (Aprieni et al., 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM sangat berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi Indonesia.

Selama dua dekade terakhir, pertumbuhan ekonomi global telah meningkat dengan cukup drastis. Selain itu, Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi beberapa sektor ekonomi di Indonesia, termasuk UMKM. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat orang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah, sehingga membuat para pelaku UMKM kesulitan untuk mengembangkan usaha mereka, karena banyak dari mereka masih bergantung pada metode penjualan tradisional (Fikriah et al., 2023). Sehingga di butuhkan adanya inovasi baru bagi UMKM dalam melanjutkan bisnisnya. Di zaman Digitalisasi, transformasi ekonomi digital merupakan inovasi baru bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya semakin besar. Transformasi digital adalah penerapan teknologi digital yang mengubah layanan dari proses manual ke digital demi meningkatkan efisiensi layanan dalam sebuah usaha (Rerung, 2018 dalam Yazid et al., 2022). Meskipun banyak manfaat positif yang bisa dirasakan, terdapat tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku UMKM di era digitalisasi, di antaranya tantangan sumber daya manusia, infrastruktur dan sistem informasi, jaringan, serta tantangan sosial dan perilaku (Barus et al., 2023). sehingga UMKM harus mempunyai inovasi dalam meminimalisir tantangan tersebut dan mengoptimalkan dampak positif.

UMKM perlu bersiap menghadapi tantangan global di tengah arus globalisasi dan persaingan yang semakin ketat dengan meningkatkan inovasi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas area pemasaran. Perubahan zaman dengan cepat mengubah dunia bisnis, sehingga digitalisasi menjadi jembatan strategis untuk menghadapi globalisasi (Fitriyani et al., 2025). Menurut penelitian Wijayanti & Rahmawati (2021), digitalisasi mampu menurunkan hambatan masuk pasar dan mendorong UMKM untuk mengembangkan inovasi layanan dan komunikasi bisnis. Sehingga transformasi digital ini sangat penting bagi UMKM dalam memberikan inovasi yang tepat untuk melanjutkan bisnisnya. Penelitian dalam jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif literatur, yaitu metode yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, dan dokumen resmi. Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis peran transformasi digital dalam mendukung keberlanjutan UMKM dalam melanjutkan bisnisnya, analisis dilakukan dengan menelaah isi literatur yang relevan, kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis sehingga memberikan manfaat informasi bagi UMKM dalam pentingnya transformasi ekonomi digital di era digitalisasi dalam mengembangkan bisnisnya.

Pembahasan

Peran Inovasi Digital dalam Daya Saing UMKM

Yanuar & Harti (2020), menyatakan bahwa inovasi bukan hanya suatu pilihan dalam strategi bisnis, melainkan kebutuhan mendasar bagi organisasi yang ingin bertahan dan tumbuh di pasar yang terus berubah. Perkembangan teknologi yang pesat telah membentuk lingkungan bisnis yang terus berubah dan mempengaruhi cara perusahaan

menjalankan operasionalnya. Transformasi digital merupakan inovasi baru bagi berbagai sektor, termasuk UMKM dalam menciptakan peluang dan model bisnis baru dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing seperti penerapan teknologi baru dalam operasional bisnis, integrasi sistem manajemen berbasis digital, serta penggunaan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan (Fadillah, 2025). Dengan demikian, strategi inovasi digital yang tepat dapat membantu perusahaan untuk mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat pelayanan, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global.

perkembangan teknologi merupakan inovasi baru bagi UMKM dalam mempromosikan produknya ke belahan dunia dengan mudah dan efisien, bahkan Teknologi digital menawarkan keuntungan dari segi waktu, biaya, dan tenaga, yang memudahkan produk UMKM untuk dikenal di pasar global dan mengembangkan bisnis mereka ke perdagangan internasional. Perdagangan internasional sudah menjadi bagian dari sistem perekonomian global, dan banyak negara, termasuk Indonesia juga terlibat di dalamnya. Saat ini, perdagangan internasional telah berkembang menjadi industri yang menguntungkan dan populer, seperti ekspor dan impor yang dilakukan dalam skala yang sangat luas dengan bantuan teknologi. (Adwimurti et al., 2023). Sehingga teknologi ini membuka peluang produk UMKM di kenal di pasar global dan memberi peluang bagi UMKM untuk ekspor barang ke luar negeri dan mendapatkan profit yang banyak karna tingginya nilai mata uang negara tersebut.

Peran Inovasi Digital dalam Keberlanjutan Bisnis UMKM

UMKM memiliki potensi dan dampak positif yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, namun pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabilitas tetap menjadi tantangan UMKM yang harus diimplementasikan dalam melanjutkan bisnis di Tengah maraknya kasus manipulasi laporan. Transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan merupakan aspek fundamental dalam membangun kepercayaan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan (Asyik, 2023). Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabel sangat membantu UMKM dalam menyediakan informasi keuangan yang jelas dan sesuai dengan standar akuntansi, sehingga membantu keberlangsungan bisnis UMKM.

Menurut pendapat Gibson (1984), kemampuan untuk beradaptasi ialah kemampuan organisasi dalam melakukan perubahan sesuai dengan tuntutan situasi yang ada. Konsep Industri 4.0 merujuk kepada tahap baru dalam Revolusi Industri yang berfokus pada konektivitas, otomatisasi, pembelajaran mesin, serta data yang tersedia dalam waktu nyata. Dalam konteks industri 4.0, banyak orang berkeyakinan bahwa robot akan mengambil alih pekerjaan manusia. Banyak posisi kerja diprediksi akan hilang karena adanya robot yang dianggap lebih efisien dan efektif dalam melaksanakan fungsi-fungsi yang biasa dilakukan oleh manusia. Namun, kenyataannya adalah bahwa revolusi Industri 4.0 tidak akan menghilangkan pekerjaan manusia; sebaliknya, akan muncul jenis pekerjaan baru yang mendukung teknologi AI (Kecerdasan Buatan). Kehadiran AI juga akan membantu meningkatkan produktivitas manusia dan memastikan bahwa proses bisnis menjadi lebih efisien. (Respatiningsih et al., 2020). Sehingga kecerdasan buatan

atau teknologi modern bukanlah hambatan bagi pekerjaan seseorang, tetapi menjadi strategi dan lapangan pekerjaan baru dalam menghadapi perubahan globalisasi.

Strategi Transformasi Digital bagi UMKM

Studi sistematis menunjukkan bahwa *transformasi digital meningkatkan daya saing UMKM Indonesia* dan menjadi faktor penting dalam keberlanjutan bisnis jangka Panjang (Angraini, 2024). Perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap daya saing dan keberlanjutan UMKM sehingga di butuhkan beberapa strategi dalam keberlanjutan bisnis, seperti strategi digital marketing, pemanfaatan fintech, dan penggunaan platform e-commerce dalam keberlanjutan bisnis UMKM. Pemasaran digital telah memberikan UMKM akses ke pasar yang sebelumnya sulit dijangkau dengan cara tradisional. Melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan marketplace online, UMKM mampu menjangkau audiens yang jauh lebih luas, baik secara lokal maupun global. Selain itu, pemasaran digital memberikan kesempatan untuk meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan interaksi yang lebih pribadi dengan konsumen. Dengan konten yang relevan, menarik, dan terfokus, UMKM dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiensnya. Berbeda dari pemasaran tradisional yang sering kali bersifat satu arah, pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, menjawab pertanyaan, dan memperoleh umpan balik yang berguna untuk meningkatkan produk serta layanan yang ditawarkan (Sifwah et al., 2024), Pemasaran digital menjadi strategi baru dalam menjangkau konsumen yang lebih luas serta membangun kesadaran merek dan lainnya.

Teknologi Keuangan muncul dari ide tentang sistem keuangan yang sulit dijangkau karena adanya keterbatasan waktu dan lokasi. Fintech selalu berinovasi, seperti mengembangkan produk yang lebih fleksibel dan cara yang lebih baik untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh UMKM. Fintech juga membuat layanan keuangan lebih mudah diakses dan terjangkau, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mempercepat penggunaan serta keterlibatan, serta membangun dasar yang mencakup verifikasi identitas secara digital untuk kemudahan. Selain itu, adanya regulasi yang terlalu ketat dari transaksi bank tradisional bersama dengan kemajuan teknologi menuntut adanya transaksi yang tidak terikat pada waktu dan tempat, serta bisa dilakukan hanya dengan gadget yang dimiliki oleh setiap individu (Winarto, 2020).

Dengan kata lain, fintech adalah perwujudan dari pemikiran tentang sistem yang fleksibel dan dapat menjangkau masyarakat yang terpisah jauh dari layanan perbankan. Saat ini, dunia memasuki era industri 4.0 yang menekankan pola ekonomi digital, kecerdasan buatan, data besar, robotika, dan teknologi lainnya yang memudahkan pelaku bisnis, khususnya UMKM untuk mengurangi biaya promosi dan pemasaran (Husnurrosyidah, 2019). Di era industri 4.0, pelaku UMKM seharusnya beralih ke perdagangan e-commerce karena perilaku belanja konsumen telah berubah, menjadikan perdagangan e-commerce pilihan terbaik bagi pelaku UMKM untuk tetap bertahan dan memiliki peluang untuk mendapatkan pangsa pasar baru yang lebih luas. (Berliana & Ompusunggu, 2023). Namun keterbatasan teknologi, dan kurangnya literasi digital bagi Masyarakat dan UMKM yang menjadi tantangan yang harus diatasi oleh negara, sehingga dibutuhkan inovasi baru bagi negara untuk mendorong Masyarakat dalam mengenal ekonomi digital

Kesimpulan

Transformasi dan inovasi digital menjadi kunci penting dalam memperkuat daya saing serta kelangsungan UMKM di zaman globalisasi. Teknologi digital memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menurunkan biaya operasional, meningkatkan efisiensi, memperluas pasar hingga ke ranah internasional, serta mengeksplorasi kesempatan ekspor melalui kemudahan dalam akses informasi dan transaksi antar negara. Selain itu, digitalisasi memperkuat transparansi dan akuntabilitas keuangan yang dapat menciptakan kepercayaan di antara pemangku kepentingan. Dalam perkembangan Industri 4.0, teknologi seperti AI, big data, dan otomatisasi tidak menggantikan peran manusia, tetapi sebaliknya, menciptakan peluang pekerjaan baru dan meningkatkan efisiensi. Metode seperti digital marketing, fintech, dan e-commerce telah terbukti memperluas jangkauan pasar, mempermudah akses layanan keuangan, serta membantu UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Meski demikian, tantangan seperti kurangnya literasi digital dan akses terhadap teknologi masih perlu diatasi dengan dukungan dan inovasi dari pemerintah agar UMKM dapat beradaptasi dan berkembang dengan baik.

Daftar pustaka

- Adwimurti, Y., Selfiani, S., & Prihanto, H. (2023). Peningkatan Pemahaman Bisnis Ekspor-Impor Era Revolusi Industri 4.0 Pada Masyarakat Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 138–146. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v6i2.2356>
- Angraini, D. (2024). TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN SISTEMATIS.
- Aprieni, Meilantika, F. R., Sihotang, L., & S, F. V. R. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jjise.v2i4.976>
- Asyik, N. F. (2023). PENGARUH AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM DENGAN BIAYA OPERASIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(8). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5461>
- Barus, D. R., Simamora, H. N., Sihombing, M. G. S., Panjaitan, J., & Saragih, L. S. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 357–365. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.3031>
- Berliana, I., & Ompusunggu, D. P. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Bagi UMKM pada Era Industri 4.0. *Matriks Jurnal Sosial dan Sains*, 5(1), 115–120. <https://doi.org/10.59784/matriks.v5i1.520>

- Fadillah, Z. I. (2025). Strategi Inovasi dan Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Industri 4.0. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 3(01). <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmkeb/article/view/561>
- Fikriah, N., Laili, et all. (2023). UPAYA PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PELATIHAN PENYUSUNAN MANAJEMEN LAPORAN KEUANGAN DAN KEWIRAUSAHAAN (BUSINESS PLAN). <https://repository.uin-malang.ac.id/20784/1/20784.pdf>
- Fitriyani, I., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Strategi Inovasi Produk UMKM Dalam Menghadapi Globalisasi Melalui Digitalisasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 923–931. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4321>
- Husnurrosyidah, H. (2019). E-MARKETPLACE UMKM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 224. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.6571>
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746. <https://doi.org/10.62710/a45xg233>
- Respatiningsih, H., Arini, A., & Kurniawan, B. (2020). KEMAMPUAN ADAPTASI UMKM DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. 16(2).
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1),
- Wijayanti, A., & Rahmawati, R. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. Yogyakarta: Deepublish.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>
- Yanuar, N. D., & Harti, H. (2020). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI OLAHAN IKAN DI KABUPATEN TRENGGALEK. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.51-60>
- Yazid, A. A., Rofiq, A., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). TRANSFORMASI DIGITAL DAN INDUSTRI HALAL PADA UMKM KABUPATEN BANYUWANGI. *Jurnal Istiqro*, 8(2), 215–224. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1576> <https://repository.uin-malang.ac.id/12794/2/12794.pdf>