



## **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***

**Irfan Hidayat<sup>1</sup>, Diwa Lulu Qurotulaini<sup>2</sup>, Nova Aris Safitri<sup>3</sup>, Rasidah Novitasari<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: 221410141.irfan@uinbanten.ac.id<sup>1</sup>, 221410152.diwa@uinbanten.ac.id<sup>2</sup>,

221410154.nova@uinbanten.ac.id<sup>3</sup>, rasidah.novitasari@uinbanten.ac.id<sup>4</sup>

#### Article history :

Received : 11-12-2024

Revised : 13-12-2024

Accepted: 15-12-2024

Published: 18-12-2024

#### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the economy, contributing more than 60% of the Gross Domestic Product (GDP) and absorbing over 97% of the workforce in many countries, including Indonesia. However, as they grow, MSMEs face various challenges, one of which is limited access to working capital and financing, which can hinder their welfare and competitiveness in the global market. One potential solution to enhance MSMEs' competitiveness is digital transformation. Adopting digital technologies can open up broader access to markets and financing; however, the digital divide remains a challenge, including low digital literacy, limited infrastructure, and trust issues with digital systems. This study aims to provide a deeper understanding of the digital transformation process that can help MSMEs overcome financing barriers and improve their business sustainability. Additionally, this research is expected to contribute to the development of inclusive and sustainable digitalization policies and strategies to support the growth of MSMEs in Indonesia. By addressing these challenges, MSMEs can be better prepared to face increasingly complex economic dynamics and contribute to the recovery and growth of the national economy.*

**Keywords:** *UMKM, digital transformation, digital literacy*

#### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di banyak negara, termasuk Indonesia. Namun, seiring dengan pertumbuhannya, UMKM menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah akses terbatas terhadap modal kerja dan pembiayaan yang dapat menghambat kesejahteraan serta daya saingnya di pasar global. Salah satu solusi potensial yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah transformasi digital. Adopsi teknologi digital dapat membuka akses yang lebih luas terhadap pasar dan pembiayaan, namun kesenjangan digital masih menjadi tantangan, mulai dari literasi digital yang rendah hingga keterbatasan infrastruktur dan kepercayaan terhadap sistem digital. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses transformasi digital yang dapat membantu UMKM mengatasi hambatan pembiayaan dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan dan strategi digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia. Dengan mengatasi hambatan-hambatan tersebut, UMKM dapat lebih siap untuk menghadapi dinamika ekonomi yang semakin kompleks dan berkontribusi pada pemulihan serta pertumbuhan ekonomi negara.*

**Kata kunci:** *UMKM, Transformasi Digital, Literasi Digital.*



## **PENDAHULUAN**

Kategori umum bisnis apa pun, termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, menduduki tempat utama dalam strukturnya, memberikan negara lebih dari 60% dari PDB dan lebih dari 97% penyerapan tenaga kerja. Namun demikian, seiring pertumbuhan dan perkembangan, mereka masing-masing dihadapi oleh faktor-faktor pembeda, termasuk akses ke aliran moneter. Faktanya, pembatasan akses pada modal kerja dan pasif menjadi hambatan nyata yang merusak hak dasar untuk kesejahteraan dan konfrontasi terhadap perusahaan, terutama Kecil dan Menengah, di dunia global tengah.

Namun demikian, adopsi teknologi digital oleh UMKM juga tidak luput dari tantangan. Terdapat kesenjangan digital yang masih lebar, mulai dari literasi digital, infrastruktur teknologi, serta kepercayaan terhadap sistem digital di antara para pelaku UMKM. Oleh sebab itu, diperlukan pemahaman yang jelas mengenai proses dimana transformasi digital membantu UMKM untuk dapat menembus dan dipercaya oleh pembiayaan sementara juga mengetahui tantangan-tantangannya. Bagian berikut dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum tentang pentingnya memahami proses tersebut dalam konteks UMKM di Indonesia. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi kepada UMKM secara relevan bagi perkembangan kebijakan dan strategi digitalisasi yang bersifat inklusif dan berkelanjutan.

Dalam perkembangan di Tengah ekonomi dinamika yang semakin kompleks, perubahan digital bagi UMKM di Indonesia telah menjadi salah satu kunci untuk bertahan dan berkembang. Gejala ekonomi friksi yang sering kali telah menjadi masalah ekonomi di Indonesia diwujudkan dalam tiga tugas utama: meningkat efisiensi fungsi fungsional sistem keuangan negara, akses yang sedikit ke perbankan modern yang terdeformasi, tantangan dan rintangan dihadapi oleh ketercapaian inflasi pemerintah dan peningkatan pita ditambah, semuanya membatasi sinergi semuanya pengembangan ekonomi. Akses terhadap pengembangan pembiayaan sebagai tantangan utama. Karena di negara tersebut, masalah banyak UMKM harus mengejar persyaratan kredit konvensional, ya, sebenarnya, mereka dapat memiliki sedikit masalah, yaitu: memiliki persentase literasi yang minim dalam bisnis, atau barang untuk ada kreditur manship.

## **METODE PENELITIAN**

Dengan desain studi kasus eksploratif, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk meninjau proses transformasi digital pada UMKM di Indonesia, khususnya dengan memperhatikan peluang dan tantangan terkait akses pembiayaan. Data utama diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan berbagai informan kunci, termasuk pelaku UMKM, perwakilan lembaga keuangan tradisional, platform fintech, serta regulator yang terlibat dalam kebijakan pembiayaan dan digitalisasi UMKM. Metode purposive sampling dikombinasikan dengan snowball sampling digunakan untuk memastikan keragaman dan relevansi informan, sehingga mencakup berbagai sektor industri, skala bisnis, dan tingkat adopsi digital. Selain itu, data sekunder berupa dokumen kebijakan, laporan industri, serta studi sebelumnya dianalisis untuk memberikan konteks yang lebih luas. Pendekatan analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan kontradiksi dalam data, dengan menerapkan triangulasi sumber data guna meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memetakan hambatan dan peluang, tetapi juga untuk merumuskan rekomendasi



strategis yang dapat mempercepat adopsi transformasi digital dan meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM di Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan data tahun 2022, sektor UMKM di Indonesia didominasi oleh divisi makanan dengan 1.592.318 unit usaha, diikuti oleh divisi pakaian dan barang kayu. Hal ini mencerminkan keragaman jenis usaha yang digeluti oleh pelaku UMKM serta potensi besar yang dimiliki setiap sektor untuk berkembang melalui digitalisasi. Dengan teknologi, UMKM mampu memperluas akses pasar, baik di Tingkat nasional maupun global, serta mengatasi hambatan seperti keterbatasan akses pembiayaan dan kendala geografis. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM menjadi fondasi penting dalam mendorong integrasi sosial, peningkatan produktivitas, dan perubahan ekonomi yang berkelanjutan.

### **Elemen-Elemen Dalam UMKM Digital**

Elemen utama dalam UMKM digital mencakup berbagai aspek yang mendukung transformasi bisnis melalui teknologi digital. Salah satunya adalah e-commerce, di mana UMKM memanfaatkan platform seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, atau situs web sendiri untuk menjual produk secara online. Selain itu, pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta teknik seperti SEO, Google Ads, dan pemasaran influencer, memungkinkan UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Sistem pembayaran digital, termasuk dompet elektronik (OVO, GoPay, Dana), transfer bank online, dan kode QR, mempermudah transaksi pelanggan dan meningkatkan efisiensi. Dalam operasional, manajemen bisnis digital menggunakan aplikasi seperti perangkat lunak akuntansi, pengendalian inventaris, dan layanan komputasi awan untuk meningkatkan produktivitas. Teknologi digital juga membantu UMKM memperluas akses pasar hingga ke tingkat internasional, menciptakan peluang baru. Selain itu, pemanfaatan informasi melalui data digital memungkinkan UMKM menganalisis pola perilaku pelanggan, tren pasar, dan kinerja bisnis untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik.

### **Peran UMKM Digital Di Indonesia**

UMKM digital di Indonesia memainkan peran penting dalam mendukung Pembangunan ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan daya saing nasional. Melalui digitalisasi, UMKM dapat memperluas pangsa pasar hingga ke skala internasional, meningkatkan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Platform e-commerce dan teknologi digital memungkinkan UMKM menjangkau konsumen di luar wilayah geografis tanpa memerlukan investasi fisik yang besar. Selain itu, UMKM digital menciptakan peluang kerja, khususnya bagi perempuan dan pemuda, serta memberdayakan masyarakat lokal. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat mengembangkan produk, layanan, dan model bisnis mereka untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Inovasi digital juga membantu mengurangi ketimpangan finansial antara daerah perkotaan dan terpencil, memperluas akses pasar, dan memberikan dukungan terhadap perdagangan. Pemanfaatan alat seperti manajemen inventaris, akuntansi digital, dan pemasaran online meningkatkan kerja operasional, menekan biaya, dan mendorong produktivitas UMKM secara keseluruhan.



## Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM)

Ada banyak cara untuk melihat karakteristik UMKM di Indonesia, seperti jenis usaha, jumlah unit di setiap sektor industri, dan tingkat Pendidikan para pelaku usaha. Hal ini mencerminkan diversifikasi dan dinamika sektor ini dalam mendukung perekonomian nasional. Berdasarkan data tahun 2022, sebagian besar UMKM terkonsentrasi pada sektor perdagangan eceran dan diskon, dengan dominasi yang signifikan di divisi makanan yang mencapai 1.592.318 unit, diikuti oleh divisi pakaian sebanyak 594.912 unit, dan divisi barang dari kayu dan perkakas dengan 608.531 unit. Sektor lain, seperti farmasi, peralatan listrik, dan jasa perbaikan dan pemasangan, menunjukkan variasi yang lebih kecil namun tetap memberikan kontribusi yang signifikan dalam ekosistem UMKM. Sektor pangan dan sandang menjadi pusat aktivitas ekonomi, sementara sektor lain, seperti kayu dan produk kayu, turut memberikan kontribusi yang signifikan. Struktur ini menunjukkan bagaimana ekonomi UMKM tersebar secara sektoral dan geografis serta peran pentingnya dalam membuka kesempatan kerja, mendorong kreativitas, dan memperkuat daya saing ekonomi lokal dan nasional.

### Gambar dan Tabel

**Tabel 1 Data Jumlah UMKM Menurut Sektor Pada Tahun 2022**

Sektor	KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia)	Jumlah Unit
Makanan	KBLI 10	1.592.318
Minuman	KBLI 11	102.535
Pengolahan Tembakau	KBLI 12	196.621
Tekstil	KBLI 13	303.485
Pakaian Jadi	KBLI 14	594.912
Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	KBLI 15	60.760
Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus, Barang Anyaman dari Rotan, Bambu dan sejenisnya	KBLI 16	608.531
Kertas dan Barang dari Kertas	KBLI 17	5.207
Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	KBLI 18	31.272
Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	KBLI 20	31.767
Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	KBLI 21	18.336
Karet, Barang dari Karet dan Plastik	KBLI 22	6.213
Barang Galian Bukan Logam	KBLI 23	218.095
Logam Dasar	KBLI 24	7.857
Barang Logam bukan Mesin dan Peralatannya	KBLI 25	129.856
Komputer, Barang Elektronik dan Optik	KBLI 26	639
Peralatan Listrik	KBLI 27	1.949
Mesin dan Perlengkapan YTDL	KBLI 28	3.092
Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer	KBLI 29	3.439
Alat Angkut Lainnya	KBLI 30	6.376
Furnitur	KBLI 31	148.627
Pengolahan Lainnya	KBLI 32	261.636
Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	KBLI 33	5.705

Sumber: BPS (2024)

Informasi ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) sangat penting dalam struktur ekonomi Indonesia dan bahwa mereka berkomitmen untuk membuka lapangan pekerjaan dan pembangunan ekonomi yang luas. Menurut data, dengan 1.494.723 UMKM, Jawa Barat adalah daerah dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia pada tahun 2022. Ini

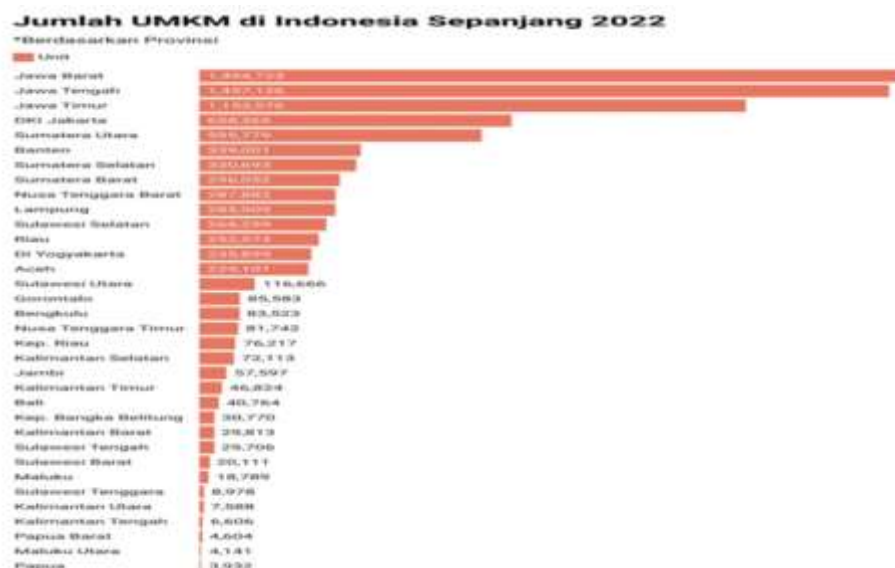


menunjukkan kualitas sektor usaha mikro dan potensi ekonominya yang kuat. Jawa Barat memiliki basis produksi dan pangsa pasar yang besar, yang dapat menjadi daya Tarik bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan 1.457.126 UMKM, Jawa Tengah berada di posisi kedua.

Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) di Jawa Tengah mewakili berbagai sektor ekonomi, mulai dari industri kreatif, manufaktur, agribisnis, hingga pariwisata. Di urutan ketiga, Jawa Timur tercatat memiliki 1.153.567 unit UMKM. Daerah ini terkenal dengan sektor manufaktur, agribisnis, dan perdagangan yang kuat. Tersedianya infrastruktur dan sumber daya manusia di Jawa Timur menjadi factor utama dalam pengembangan UMKM di wilayah ini.

Namun, di sisi lain, terdapat daerah dengan jumlah UMKM yang lebih sedikit seperti Papua dan Maluku Utara. Papua yang hanya memiliki 3.932 UMKM dan Maluku Utara dengan 4.141 unit, terlihat menghadapi tantangan dalam mengembangkan UMKM di daerah tersebut. Jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) di wilayah tersebut mungkin rendah karena faktor-faktor seperti akses permodalan yang terbatas, infrastruktur yang terbatas, dan keadaan geografis yang tidak ideal. Jika ada perbedaan dalam jumlah UMKM di antara wilayah, ini dapat menunjukkan bagaimana pemerintah daerah melihat dan mendukung berbagai jenis UMKM. Daerah dengan jumlah UMKM yang menerima pembiayaan seperti PKBL dan UMi lebih besar biasanya memiliki kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM, seperti memberikan akses ke pembiayaan, memberikan pelatihan usaha, dan fasilitas pendukung.

**Gambar 1. Grafik jumlah UMKM di Indonesia sepanjang 2022**



Sumber: BPS (2024)

Jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) mencapai sekitar 66 juta pada tahun 2023, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap struktur ekonomi Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 61%, atau Rp9.580 triliun. Ini menegaskan tidak hanya berperan sebagai pendorong utama pembangunan ekonomi, tetapi juga sebagai penopang utama perekonomian negara. Seiring berjalannya waktu, UMKM telah menjadi pendorong utama penyerapan tenaga kerja di Indonesia, dengan menyerap sekitar 117 juta orang, atau sekitar 97% dari keseluruhan



tenaga kerja (Revo:2024). Informasi ini menunjukkan peran UMKM dalam memberikan peluang usaha bagi orang lain dan mendukung Langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah untuk memerangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM adalah pilar penting dalam memperkuat perekonomian Indonesia secara keseluruhan karena mereka sangat berkomitmen untuk meningkatkan lapangan kerja dan pendapatan nasional. Pemerintah dan berbagai mitra kerja harus terus memperkuat dan memajukan lingkungan UMKM untuk menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan sektor ini, yang sangat penting untuk kemajuan bangsa.

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

Sumber: UMKM Indonesia - KADIN Indonesia (2023)

Usaha kecil dan menengah (UMKM) dikategorikan sesuai dengan modal awal mereka. Usaha tersebut kemudian dikategorikan sebagai usaha besar. Pemerintah dan pihak lain dapat menyediakan bantuan disesuaikan dengan kebutuhan individu masing-masing kelompok UMKM berdasarkan kategori ini. Misalnya, usaha skala mini mungkin memerlukan akses lembaga keuangan mikro atau pelatihan wirausaha, sedangkan usaha menengah mungkin memerlukan lebih banyak bantuan untuk mengelola prospek keuangan yang kompleks atau membangun jaringan pemasaran yang lebih luas.

Menurut Asosiasi Finansial Teknologi Bersama Indonesia (AFPI), pada tahun 2020, dari total 64 juta, sekitar 46,6 juta tercatat perusahaan kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia belum memperoleh kemampuan untuk mendapatkan pendanaan dari institusi keuangan. Pemerintah telah menerapkan program pendanaan seperti PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan), PNM Mekaar, Bank Wakaf Skala Miniatur, Pembiayaan Usaha Mikro (UMi), dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mengatasi sebuah masalah. Sistem pembiayaan ini diseimbangkan dengan kelompok UMKM kecil dan menengah. Mulai dari bulan Januari 2020, KUR dikelompokkan menjadi Skala Kecil dan KUR Super Mikro yang tidak membutuhkan jaminan tambahan (Dinas Perencanaan Masalah Keuangan Republik Indonesia). Pertumbuhan kredit UMKM mencatat tren positif dengan pertumbuhan sebesar Rp1.275,03 triliun atau 16,75% (yoy). Tingkat kredit bermasalah (NPL) tetap terjaga stabil, mencapai 4,3% pada April 2022, sedikit lebih rendah dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Hal ini mencerminkan adanya upaya berkelanjutan untuk mendorong penyaluran pembiayaan kepada UMKM sekaligus meningkatkan kualitas kredit yang disalurkan.

Komitmen perdagangan UMKM telah meningkat secara signifikan dengan angka presentase sebesar 14,37% pada tahun 2020, sehingga menjadi 15,69% pada tahun 2021. Untuk meningkatkan daya saing UMKM, Rantai Nilai Global (GVC) dan E-Commerce Global (GEC) menawarkan peluang untuk mengintegrasikan ke dalam pasar global. Berbagai cara UMKM berintegrasikan ke dalam GVC, seperti gregator domestik atau perusahaan afiliasi jarak jauh. Selain menggunakan GVC, UMKM dapat mengakses sebuah pasar global dengan lebih produktif dan efektif, serta mengembangkan jaringan mereka sendiri.



Dalam aspek berintegrasi dengan GEC merupakan sebuah strategi penting bagi UMKM. Dengan melakukan kontribusi terhadap panggung e-commerce global, UMKM dapat menawarkan produk- produk secara khusus kepada pelanggan internasional tanpa menggunakan rantai distribusi konvensional. Hal ini memberikan sebuah peluang luar biasa bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan pemasaran produk dan meningkatkan peeksportan produk mereka terhadap seluruh dunia. Diharapkan UMKM dapat memperluas daya saingnya dalam kancah periklanan global dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan pengiriman nasional.

### **Kontribusi perusahaan kecil dan menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto (PDB)**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkontribusi dalam sebuah PDB Indonesia merupakan aspek terpenting dalam sebuah pembangunan ekonomi negara. Airlangga Hartarto, kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, memberikan pendapat bahwa UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap PDB Indonesia. Sebuah laporan dari Dinas Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sektor UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia setiap tahunnya.

Setuju dengan pernyataan Airlangga Hartarto, dalam setahun ini UMKM menyumbang 61% terhadap PDB Indonesia. Angka-angka ini menunjukkan betapa pentingnya usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Angka ini menunjukkan seberapa besar manfaat UMKM bagi ekonomi Indonesia secara keseluruhan (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Bidang Keuangan Republik Indonesia). Terdapat dalam data Dinas Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa ada 65,5 juta UMKM di Indonesia, yang merupakan sekitar 99% dari seluruh unit usaha. Angka-angka ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat besar dalam menciptakan struktur ekonomi Indonesia. Sebagai sebuah entitas usaha yang besar, UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM juga menjadi motor penggerak utama dalam mempertahankan tenaga kerja. Data menunjukkan bahwa UMKM mempertahankan sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja di Indonesia (Badan Perencanaan Keuangan Republik Indonesia). Hal ini mencerminkan betapa besarnya dampak sosial UMKM, karena mereka menyediakan lapangan pekerjaan bagi jutaan orang di seluruh negeri. Selain itu, UMKM berperan penting dalam mempertahankan tenaga kerja. Menurut data, usaha kecil dan menengah (UMKM) menyumbang sekitar 97% dari tenaga kerja Indonesia (Badan Perencanaan Keuangan Republik Indonesia). Hal ini menunjukkan besarnya dampak sosial UMKM, dengan mempekerjakan jutaan orang di seluruh negeri.

Bagi masyarakat atau kelompok yang ingin mandiri secara finansial, UMKM seringkali menjadi pilihan utama. UMKM memberikan peluang bagi masyarakat untuk memulai usaha sendiri, mengembangkan keterampilan, dan meningkatkan taraf hidup. Pemerintah menyadari betapa pentingnya usaha kecil dan menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional. Untuk mendukung pertumbuhan dan kemajuan UMKM, berbagai langkah telah diambil, salah satunya dengan menyediakan fasilitas pembiayaan yang murah dan mudah diakses bagi UMKM. Program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMi), dan program usaha lainnya telah diluncurkan untuk



Di era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, pelaku UMKM harus tumbuh dan berkembang. Memanfaatkan peluang bisnis adalah upaya yang ditempuh. Pelaku UMKM dapat memperluas pasarnya dan meningkatkan upahnya dengan memperluas daya persaingan dan berintegrasi di dalam rantai nilai global. Oleh karena itu, kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia menunjukkan kemenangan sektor usaha kecil dan menengah serta kualitas ekonomi kerakyatan, merupakan salah satu hal penting dalam sebuah pembangunan ekonomi Indonesia. Dengan adanya dukungan yang tepat dari pemerintah, UMKM dapat diharapkan terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar untuk kemajuan negara dan kesejahteraan masyarakat secara.

### **Tantangan UMKM Digital**

Tantangan UMKM tingkat lanjut di Indonesia meliputi berbagai perspektif yang kompleks. Berikut ini adalah beberapa tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam periode lanjutan, khususnya:

#### **1. Kurangnya Pendidikan Berbasis Digital:**

Di Indonesia hampir rata-rata pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam informasi tentang inovasi digital. Pemahaman mereka terbatas pada penggunaan dasar inovasi, seperti media sosial dan e-commerce, sedangkan metode yang lebih kompleks seperti SEO dan pemasaran konten belum banyak diminati. Dinas Komunikasi dan Informasi dalam sebuah studi tahun 2022 menunjukkan bahwa meskipun berkas pendidikan lanjutan telah berkembang, pemahaman tentang program dan keamanan informasi masih kurang.

#### **2. Akses ke Subsidi:**

Banyak UMKM mengalami kesulitan untuk mendapatkan pembiayaan yang diperlukan untuk berkontribusi dalam kerangka kerja dan inovasi tingkat lanjut. Menurut laporan dari Universal Fund Enterprise, 60% UMKM di negara berkembang menghadapi hambatan dalam mendapatkan kredit formal, yang merusak upaya mereka untuk merangkul inovasi digital.

#### **3. Keamanan Siber atau Data:**

Serangan siber merupakan bahaya nyata bagi UMKM yang berkecimpung di dunia digital. Laporan tersebut menunjukkan bahwa 44% serangan siber menargetkan bisnis kecil, dan banyak UMKM yang belum memiliki kemampuan atau aset untuk mengamankan sumber daya digital mereka. Menurut Setyawan (2020), banyak UMKM yang meremehkan pentingnya privasi dan keamanan data klien. Dalam era digital, biasanya menjadi tantangan yang signifikan karena pelanggaran data dapat merusak reputasi dan kepercayaan pelanggan.

#### **4. Perubahan Regulasi:**

Kontrol yang terus berubah, seperti penutupan TikTok Shop di Indonesia, menjadi sebuah tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam memanfaatkan platform digital. Perubahan mendadak dalam pengaturan pemerintah dapat sangat memengaruhi operasi digital UMKM.





#### 5. Persaingan Sengit:

Meskipun digitalisasi membuka akses pasar yang lebih luas, namun juga meningkatkan persaingan. UMKM harus bersaing bukan hanya dengan perusahaan besar, tetapi juga dengan UMKM perorangan di panggung digital.

#### 6. Akses Teknologi:

Sesuai dengan Sari dan Nugraha (2021), UMKM di daerah terpencil menghadapi keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang belum merata, sehingga hal ini akan menghambat kemampuan UMKM untuk berpartisipasi penuh dalam ekonomi digital.

Tantangan di atas menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi menawarkan banyak peluang, UMKM harus mengatasi berbagai kendala teknis, anggaran, dan administratif agar dapat beradaptasi secara efektif dalam era digital. UMKM tidak hanya harus bersaing dengan UMKM lain, tetapi juga dengan perusahaan besar yang lebih berpengalaman dalam pemasaran digital dan memiliki anggaran lebih besar (Wibowo, 2021).

### **Peluang UMKM Digital**

Peluang dalam mewujudkan UMKM berbasis komputerisasi sangatlah besar. Dengan begitu, siapa pun yang memiliki jiwa bisnis atau wirausaha dapat mengembangkan sayap usahanya melalui platform digital yang akhir-akhir ini telah banyak dimanfaatkan oleh hampir seluruh pelaku usaha di Indonesia. Berikut ini beberapa peluang yang dapat dipertimbangkan:

#### 1. Jangkauan Pasar yang Lebih Luas:

Sesuai dengan Wicaksono (2020), digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar global. Dengan memanfaatkan platform e-commerce media sosial, UMKM dapat memasarkan produknya tanpa dibatasi oleh wilayah geografis, sehingga meningkatkan potensi pendapatan dan memperluas pangsa pasar.

#### 2. Peningkatan Efektivitas Operasional:

Peneliti seperti Sari dan Nugraha (2021) menyoroti bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efektivitas operasional UMKM. Aplikasi manajemen perdagangan, seperti perangkat lunak akuntansi dan manajemen inventaris, dapat membantu UMKM mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.

#### 3. Pengembangan Produk dan Manfaat:

Setyawan (2020) menyebutkan bahwa digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan produk dan layanannya, termasuk menyediakan layanan berbasis teknologi seperti pengiriman online, aplikasi seluler, dan sistem pemesanan digital. Hal ini memberikan nilai tambah bagi konsumen dan membuat UMKM lebih kompetitif.

#### 4. Kolaborasi dan Asosiasi:

Wibowo (2021) menyebutkan bahwa digitalisasi memudahkan UMKM untuk berkolaborasi dan bermitra dengan berbagai pihak, baik lokal maupun global. Kolaborasi dengan perusahaan teknologi, perusahaan baru, atau platform e-commerce yang dapat memberikan akses teknologi dan pasar yang lebih luas.



## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan mengenai transformasi digital pada UMKM di Indonesia, disarankan agar pemerintah dan sektor keuangan terus mendukung pengembangan ekosistem digital bagi UMKM melalui penyediaan pelatihan literasi digital, serta memperluas akses terhadap platform pembiayaan digital yang lebih inklusif dan mudah diakses oleh UMKM, terutama yang berada di daerah terpencil. Selain itu, UMKM perlu lebih proaktif dalam mengadopsi perkembangan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan lingkup pasar. Kesimpulannya, transformasi digital memberikan sebuah tantangan dan peluang besar bagi UMKM di Indonesia dalam mengakses pembiayaan yang lebih mudah dan terjangkau. Meskipun masih terdapat hambatan, seperti keterbatasan pengetahuan teknologi dan kurangnya akses infrastruktur digital di beberapa daerah, adanya dukungan yang tepat dari pemerintah, sektor keuangan, serta platform teknologi, UMKM dapat memanfaatkan digitalisasi untuk mempercepat pertumbuhan, mengoptimalkan operasional, serta memperluas pasar baik di tingkat lokal maupun lingkup internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M. R., Hendra, J., Safitri, E., & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business: Transformasi digital, dividen digital, dan kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 01-15.
- Bahasoan, A. N., Indayani, B., & Azis, M. S. (2025). Transformasi Digital pada UMKM: Penggerak Pertumbuhan Ekonomi dan Inklusi di Negara Berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9-19.
- Hakim, A. S., & Nisa, F. L. (2024). Pengembangan Ekonomi Syariah: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 143-156.
- Zikri, H. (2024). Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Glossary: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 16-25.
- Bowo, F. A. (2022). Peran E-Commerce Dan Strategi Promosi Ditinjau Dari Kebijakan Klustering UMKM Di Era Digital. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 59-74.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.
- Berliandaldo, M., Fasa, A. W. H., Kholiyah, S., Chodiq, A., & Hendrix, T. (2020). Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Analis Kebijakan*, 4(2), 54-73.