

PERAN UMKM DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DI ERA DIGITAL

Anugrah Permana Tanjung, Imam Syuhada, Rayhan Tambak Bintang

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: anugrahpermana629@gmail.com, isyuhada212@gmail.com,
rayhantambakbin@gmail.com

Abstract

Miniaturized scale, Little and Medium Endeavors (MSMEs) play an critical part in driving financial development, especially in the digital era. Digital transformation provides great opportunities for MSMEs to increase operational efficiency, expand markets and compete at a global level. Digitalization allows MSMEs to utilize technology such as e-commerce, social media and fintech to increase access to consumers and financial resources. In addition, the adoption of digital technology helps MSMEs in product innovation, supply chain management and marketing strategies. However, challenges such as digital literacy, limited infrastructure and access to technology are still obstacles for some MSMEs. Therefore, support is needed from the government and the private sector in providing training, access to digital infrastructure, and conducive policies. With a supporting ecosystem, MSMEs can play a more significant role in creating jobs, increasing competitiveness, and encouraging inclusive economic growth in the digital era.

Keywords: MSMEs, Economic Growth, Digital Era, Digitalization, Technological Innovation

Abstrak

Usaha Kecil, Menengah dan Kecil (UMKM) memainkan peran penting dalam mendorong pembangunan keuangan, terutama di era digital. Transformasi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas produktivitas operasional, memperluas pasar, dan bersaing di tingkat dunia. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi seperti e-commerce, media sosial, dan fintech guna meningkatkan akses terhadap konsumen serta sumber daya keuangan. Selain itu, adopsi teknologi digital membantu UMKM dalam inovasi produk, pengelolaan rantai pasokan, dan strategi pemasaran. Meskipun demikian, tantangan seperti literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan akses teknologi masih menjadi kendala bagi sebagian UMKM. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dalam menyediakan pelatihan, akses infrastruktur digital, serta kebijakan yang kondusif. Dengan adanya ekosistem yang mendukung, UMKM dapat berperan lebih signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, memperluas daya saing, dan memberdayakan pembangunan keuangan yang komprehensif di era digital

Kata Kunci: UMKM, Pertumbuhan Ekonomi, Era Digital, Digitalisasi, Inovasi Teknologi

Article history

Received: Januari 2025
Reviewed: Januari 2025
Published: Januari 2025

Plagiarism checker no
871.884.832

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) telah lama dikenal sebagai salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Muncul informasi dari Dinas Koperasi dan UMKM bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% Barang Rumah Tangga Bersih (PDB) dan menyerap lebih dari 90% angkatan kerja nasional. Angka ini mencerminkan betapa krusialnya peran UMKM dalam mendukung perekonomian, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan dinamika pasar. Namun, di tengah perkembangan teknologi yang pesat, UMKM menghadapi tantangan besar untuk beradaptasi dan tetap relevan dalam era digital.

UMKM menjadi salah satu sektor sumber pendapatan pemerintah terbesar, oleh sebab itu, Pemerintah, pemerintah teritorial, dunia perdagangan, dan masyarakat umum harus meningkatkan kemampuannya dan berperan dalam perekonomian nasional secara menyeluruh, sinergis dan berkesinambungan. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa sektor UMKM telah meningkatkan pendapatan per kapita atau Product Domestic Bruto (PDB) Indonesia, maka dari itu kami membahas Bagaimana Pengaruh Kreativitas UMKM serta Kontribusinya dalam Perekonomian di Indonesia (Bakrie et al. 2024).

Era digital membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor UMKM. Dengan semakin berkembangnya internet, e-commerce, dan teknologi finansial (fintech), model bisnis tradisional kini bergeser menuju digitalisasi. Digitalisasi membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengembangkan pasar, meningkatkan efektivitas operasional, dan mengakses layanan keuangan dengan lebih mudah. UMKM yang sebelumnya hanya beroperasi di pasar lokal kini dapat memperluas jangkauan mereka ke pasar nasional maupun global melalui platform digital. Selain itu, berbagai inovasi digital seperti sistem pembayaran online, platform pemasaran digital, dan penggunaan big data memberikan kemampuan baru bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan dinamis.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana transformasi digital dapat menjadi alat untuk memberdayakan UMKM dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Digitalisasi tidak hanya memberikan akses pasar yang lebih luas bagi UMKM, tetapi juga dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi produk atau layanan yang dihasilkan. Namun, di sisi lain, transformasi ini juga menimbulkan tantangan, seperti kebutuhan akan literasi digital, infrastruktur teknologi yang memadai, serta regulasi yang mendukung perkembangan ekonomi digital.

Penelitian ini relevan dengan kondisi ekonomi saat ini di mana digitalisasi menjadi salah satu fokus utama dalam teknik pemulihan keuangan nasional pasca meluasnya COVID-19. Meluasnya kondisi pada tahun 2020, 2021 dan 2022 akibat penyebaran virus Corona (Covid-19) nyatanya telah melemahkan perekonomian Indonesia yang dampaknya berdampak pada berbagai sektor perdagangan, mulai dari skala besar hingga skala kecil dan kecil seperti UMKM. . (Iskandar and Redi 2023), Pemerintah Indonesia juga telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung transformasi digital UMKM, seperti Pembangunan Nasional Senang Buatan Indonesia dan terkomputerisasi mempersiapkan UMKM. Namun, meskipun terdapat berbagai upaya, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM masih terbilang rendah, terutama di daerah-daerah terpencil yang belum memiliki akses teknologi yang memadai.

UMKM secara konsisten disebut sebagai tulang punggung perekonomian nasional karena peran mereka yang penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan perekonomian daerah, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB. Dalam konteks ini, digitalisasi menawarkan potensi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui pemberdayaan UMKM. Dengan mengadopsi inovasi yang terkomputerisasi, UMKM dapat membuka etalase yang lebih luas, menurunkan biaya operasional dan meningkatkan daya

saing. Dengan cara ini, ini sangat penting untuk meneliti peran digitalisasi dalam memperkuat daya saing UMKM serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat terungkap strategi-strategi kunci yang dapat diimplementasikan oleh pelaku UMKM menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di masa lanjut. Selain itu, penemuan penelitian ini juga diyakini dapat memberikan masukan bagi pembuat serial dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital melalui pemberdayaan UMKM.

LATAR BELAKANG

UMKM (Skala Miniatur, Usaha Kecil dan Menengah) memainkan peranan penting dalam perekonomian Indonesia dan berkontribusi signifikan terhadap ekonomi global. Di tingkat nasional, UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dengan nilai sekitar Rp9.580 triliun. Sektor ini juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, mempekerjakan sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia, atau sekitar 117 juta orang. Selain itu, UMKM terbukti lebih tangguh menghadapi krisis ekonomi, seperti yang terlihat selama krisis 1998 dan pandemi COVID-19, di mana banyak UMKM mampu bertahan dan berkontribusi dalam pemulihan ekonomi.

Dalam konteks ekonomi global, UMKM Indonesia memiliki potensi besar, meskipun saat ini kontribusi mereka terhadap ekspor nasional baru mencapai 15,7%. Melalui digitalisasi dan pemanfaatan platform e-commerce global, UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan ekspor. Inovasi dan peningkatan kualitas produk juga diperlukan sehingga barang-barang terdekat dapat bersaing di pasar dunia. Transformasi digital menjadi kunci bagi UMKM untuk memperluas jangkauan iklan, meningkatkan kemahiran operasional, dan daya saing mereka. Selain itu, tren global terhadap produk berkelanjutan memberikan peluang bagi UMKM yang mampu beradaptasi.

Pemerintah Indonesia juga mendukung kemajuan UMKM melalui berbagai program, terus bertambah pelatihan manajemen, akses keuangan, serta dukungan untuk digitalisasi dan ekspor. Tujuannya adalah agar UMKM dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing, serta berkontribusi lebih besar terhadap ekonomi nasional dan global. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi pilar utama ekonomi nasional, tetapi juga memiliki potensi untuk berkembang di tingkat global melalui inovasi, digitalisasi, dan adaptasi terhadap tren keberlanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

UMKM (Usaha Kecil, Kecil dan Menengah) memberikan komitmen besar terhadap perekonomian Indonesia, baik dari segi Barang Rumah Tangga Bersih (PDB) dan retensi tenaga kerja. UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap PDB, setara dengan Rp9.580 triliun, dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menargetkan peningkatan kontribusi ini menjadi 70% pada tahun 2028 melalui peningkatan akses pembiayaan. Kontribusi UMKM terhadap PDB terus meningkat dari 57,84% pada 2013 menjadi 60,34% pada 2018.

UMKM juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, memanfaatkan sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja di Indonesia. Dengan banyaknya UMKM mencapai 65,5 juta, sektor ini memainkan peran penting dalam mengurangi pengangguran dan memajukan kesejahteraan masyarakat. UMKM juga terbukti lebih kuat dalam menghadapi keadaan darurat keuangan dibandingkan perusahaan ekspansif.

Secara keseluruhan, UMKM memainkan peran vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dukungan pemerintah dan akses pembiayaan yang lebih baik akan semakin memperkuat sektor ini.

Pemanfaatan inovasi canggih oleh Usaha Kecil, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sorotan penting dalam kajian ekonomi dan bisnis modern. Teknologi digital seperti e-commerce, fintech, dan digital marketing telah memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menciptakan dan meningkatkan daya saingnya di era globalisasi dan digitalisasi.

E-commerce telah menjadi salah satu komponen utama digitalisasi bagi UMKM. Melalui e-commerce, UMKM memiliki kemampuan untuk memperluas pasar mereka melampaui batas-batas geografis lokal, memungkinkan mereka menjangkau konsumen di seluruh negeri bahkan internasional. Menurut penelitian oleh Laudon & Traver (2020), e-commerce menawarkan keuntungan berupa pengurangan biaya operasional, peningkatan efisiensi, dan peluang pemasaran yang lebih baik. Dengan platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak, UMKM dapat menjual produk mereka secara online, mengurangi kebutuhan infrastruktur fisik, dan mempercepat proses transaksi. Penelitian lain oleh Chaffey (2015) menekankan bahwa adopsi e-commerce oleh UMKM dapat meningkatkan daya saing dengan memberikan akses ke pasar yang lebih besar dan menyediakan metode yang lebih efisien untuk berinteraksi dengan pelanggan. Namun, keberhasilan penerapan e-commerce oleh UMKM seringkali dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk literasi digital pelaku usaha, akses terhadap infrastruktur internet, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal, seperti pinjaman modal usaha. Teknologi finansial (fintech) hadir sebagai solusi inklusif untuk mengatasi kendala ini. Fintech memfasilitasi layanan keuangan berbasis digital, termasuk pembayaran elektronik, pinjaman peer-to-peer (P2P), dan crowdfunding, yang semakin mempermudah UMKM dalam mengakses modal dan bertransaksi. Menurut Gomber et al. (2017), fintech dapat mengurangi hambatan masuk ke sektor keuangan bagi UMKM, memungkinkan mereka memperoleh pembiayaan yang lebih cepat, lebih transparan, dan lebih terjangkau dibandingkan dengan metode tradisional. Penelitian oleh Lee & Shin (2018) mengungkapkan bahwa fintech tidak hanya menyediakan solusi pembiayaan tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui sistem pembayaran digital, manajemen kas otomatis, dan layanan keuangan lainnya. Akses yang lebih luas terhadap fintech memungkinkan UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dengan lebih cepat, meningkatkan skala operasi, dan mengurangi risiko keuangan. Namun, tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan fintech oleh UMKM antara lain rendahnya literasi keuangan dan ketidakpercayaan terhadap layanan keuangan digital.

Pemasaran digital (digital marketing) telah menjadi alat penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas pangsa pasar. Dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, digital marketing memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform seperti media sosial, situs web, email marketing, dan mesin pencari. Menurut Kotler & Keller (2016), pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menciptakan interaksi yang lebih personal dengan konsumen, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka berdasarkan data konsumen yang diperoleh. Riset oleh Tiago & Veríssimo (2014) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran digital memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM, terutama dalam membangun merek dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi platform populer bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka

secara langsung kepada konsumen dan menerima umpan balik secara real-time. Selain itu, analisis data dari kampanye digital memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan lebih cepat dan efektif. Meskipun digital marketing menawarkan peluang yang luas, beberapa kendala seperti keterbatasan anggaran, keterampilan digital yang rendah, dan kurangnya pemahaman tentang analisis data dapat menghambat implementasi yang optimal. Oleh karena itu, literatur juga menekankan pentingnya pendidikan dan pelatihan bagi UMKM untuk meningkatkan kompetensi dalam pemasaran digital (Shaltoni, 2017).

Meskipun potensi teknologi digital dalam memberdayakan UMKM sangat besar, literatur juga mencatat berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi ini. Menurut penelitian oleh Matlay (2004), faktor-faktor seperti kurangnya akses ke teknologi, biaya awal yang tinggi, serta keterbatasan keterampilan digital menjadi penghambat utama dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM. Selain itu, penelitian oleh Bharadwaj et al. (2013) menyatakan bahwa digitalisasi memerlukan perubahan mendasar dalam model bisnis UMKM, yang kadang-kadang sulit dilakukan oleh usaha yang masih dalam tahap berkembang. Namun, era digital juga membuka peluang besar bagi UMKM yang mampu beradaptasi. Dengan dukungan pemerintah dan segmen swasta dalam hal pemberian kerangka kerja, pelatihan, dan akses ke platform digital, UMKM memiliki kesempatan untuk mengintegrasikan teknologi dalam operasional mereka dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Digitalisasi UMKM diharapkan dapat menciptakan efisiensi yang lebih tinggi, mengurangi ketergantungan pada model bisnis tradisional, serta membuka akses ke pasar global yang lebih luas (McKinsey, 2019).

METODE

Penelitian ini Merupakan sebuah kajian kualitatif yang menggunakan pendekatan audit penulisan atau Systematic Literature Review (SLR). Fokus dari penelitian ini adalah UMKM yang terintegrasi dengan sistem ekonomi digital dalam menjalankan aktivitas perdagangan. Peninjauan dilakukan dalam tiga tahap, yaitu perencanaan (Menyusun langkah awal dalam pelaksanaan SLR), kemudian pelaksanaan (Mengatur dan menerapkan proses SLR secara sistematis) dan tahap akhir, yaitu Menyusun laporan hasil SLR, yang dipublikasikan dalam bentuk pengumuman. Sumber informasi dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai referensi, seperti **jurnal, buku, artikel berita nasional, dan situs resmi instansi pemerintah**, termasuk **Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Koperasi dan UMKM**, dan lainnya.

PEMBAHASAN

Ekonomi maju mengacu pada aktivitas keuangan yang memanfaatkan inovasi dan teknologi komputer canggih. Saat ini, beberapa negara maju berkembang melalui penggunaan perdagangan elektronik dan inovasi di sektor keuangan. Perkembangan ekonomi digital telah membuka peluang perdagangan bagi para pelaku UMKM, sehingga keterampilan tenaga kerja perlu disesuaikan dengan kebutuhan untuk mengelola usaha menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan.

Peluang perdagangan bagi UMKM tidak pernah berakhir, setiap daerah memiliki potensi untuk menjadi pusat UMKM. Hal ini didukung oleh kreativitas pelaku UMKM, kemampuan mereka menciptakan inovasi baru, serta kesiapan dalam beradaptasi dengan perkembangan ekonomi berbasis teknologi digital untuk memaksimalkan kemajuan usaha. Berdasarkan kajian dari **Center of Information**, sekitar 70% UMKM mengalami peningkatan pendapatan hingga 30% setelah bergabung dalam ekosistem digital yang canggih. Sementara itu, menurut studi Bank BRI tentang **Gerakan Perdagangan UMKM**, Indeks Aktivitas Perdagangan UMKM

meningkat menjadi 109,4 pada kuartal kedua tahun 2022, menunjukkan bahwa pelaku UMKM berada dalam kondisi optimis.

Selain itu, UMKM memiliki peluang besar mengingat populasi Indonesia yang mencapai 255 juta jiwa, serta meluasnya adopsi teknologi **Internet of Things (IoT)** dan **Information and Communication Technology (ICT)** di wilayah pedesaan. Indonesia memiliki populasi usia produktif yang dominan, dengan lebih dari 65% penduduknya berusia di bawah 35 tahun. Di sisi lain, jumlah pengguna ponsel pintar telah mencapai 345,3 juta atau 125,6% dari total populasi, dengan penetrasi internet sebesar 73,7%, dan aktivitas online tumbuh 15-20%. Pasar online dan platform e-commerce yang berkembang pesat memungkinkan siapa saja menjadi pengusaha, termasuk ibu rumah tangga, orang tua, hingga generasi muda yang ingin memasarkan produk seperti makanan, minuman, pakaian, atau aksesoris lainnya. Berbagai jenis barang kini dapat dengan mudah ditemukan melalui platform digital. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus memanfaatkan peluang ini untuk maju melalui inovasi modern, dengan dukungan dari negara-negara yang lebih maju secara ekonomi dan kebijakan pemerintah yang mendorong perkembangan ekonomi secara signifikan.

Salah satu peluang ekonomi digital yang dapat dimanfaatkan, namun berpotensi disalahgunakan oleh UMKM, adalah penggunaan media sosial berbasis online. Pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang populer di kalangan masyarakat. Media sosial menjadi sarana efektif bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka agar lebih dikenal oleh khalayak luas. Saat ini, berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, serta aplikasi e-commerce populer seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia, memberikan ruang bagi UMKM untuk memasarkan produk makanan, kerajinan, dan barang lainnya.

Mengoptimalkan potensi ekonomi digital untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM memberikan banyak manfaat, baik bagi pelaku usaha, masyarakat, maupun pemerintah. Beberapa manfaat tersebut meliputi:

1. **Peningkatan jangkauan pemasaran**

Melalui platform e-commerce dan pemasaran online, UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas, mulai dari skala nasional hingga internasional. Hal ini membuka peluang bagi UMKM untuk mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

2. **Efisiensi biaya operasional**

Ekonomi digital memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya operasional, seperti biaya sewa toko fisik, dengan beralih ke model bisnis online. Proses perdagangan dapat dilakukan secara menyeluruh dengan biaya yang lebih rendah, sehingga efisiensi operasional dapat tercapai.

3. **Kemudahan promosi dan branding**

Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM dapat memasarkan produk mereka secara efektif. Mereka dapat membangun merek digital, berinteraksi dengan calon pelanggan, dan memperluas jaringan bisnis mereka melalui platform tersebut.

4. **Inovasi produk dan layanan**

Ekonomi digital memungkinkan UMKM untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif dan kreatif dengan memanfaatkan teknologi digital. Hal ini membantu UMKM memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

5. **Kolaborasi dan pengembangan jaringan**

Melalui ekosistem digital, UMKM dapat menjalin koneksi dan bekerja sama dengan pelaku usaha lain. Mereka dapat saling mendukung, berbagi sumber daya, dan menciptakan

peluang perdagangan baru. Selain itu, interaksi dengan pelaku bisnis lain memberikan motivasi untuk meningkatkan skala usaha mereka.

Peluang dalam ekonomi digital saat ini, jika dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM, dapat membantu mereka mempercepat pencapaian tujuan utama, yaitu meningkatkan keuntungan dan pendapatan. Oleh karena itu, sangat penting bagi UMKM untuk mengeksplorasi dan mengintegrasikan ekonomi digital ke dalam aktivitas perdagangan mereka, sekaligus memanfaatkan peluang tersebut untuk mendorong perkembangan dan pertumbuhan usaha.

Ekonomi yang berkembang pesat tidak hanya memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka, tetapi juga menghadirkan tantangan besar yang meningkatkan tingkat persaingan di dunia perdagangan. Ketika UMKM mampu menghadapi tantangan ini, peluang untuk bertahan dan berkembang akan semakin besar. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah proyeksi pertumbuhan ekonomi digital dua digit yang diperkirakan akan tercapai dalam tiga tahun mendatang. Dengan dasar pertumbuhan yang sudah cukup tinggi, diprediksi bahwa peningkatan sektor ekonomi digital akan membutuhkan waktu, meskipun pertumbuhannya masih di bawah 10%. Namun, laju perkembangan ini tetap lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan.

Meskipun pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia cukup pesat, tantangan tetap ada. Salah satu kendala utama adalah kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas untuk mendukung era ekonomi digital. Sayangnya, sistem pendidikan di Indonesia belum sepenuhnya mampu menghasilkan lulusan yang siap kerja dengan keterampilan yang memadai. Akibatnya, kemajuan di bidang ini berjalan lebih lambat karena harus dimulai dengan membangun fondasi dari awal.

Upaya untuk mendukung perkembangan positif dari sistem ini, termasuk kemajuan pesat seperti e-commerce, memerlukan langkah yang cepat dan tepat agar mampu mengikuti perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Contohnya, layanan transportasi online seperti Gojek dan GrabBike menimbulkan beragam pandangan, baik pro maupun kontra, terutama jika tidak diatur dengan kontrol yang moderat. Potensi pertumbuhan ekonomi di Indonesia masih sangat besar dan diproyeksikan terus berkembang setiap tahunnya. E-commerce bukan sekadar aktivitas jual beli produk dan layanan secara daring. Terdapat berbagai sektor bisnis lain yang berkaitan, seperti jasa pengiriman atau logistik, penyedia layanan telekomunikasi, pengembangan teknologi IoT, pengelolaan data, dan sebagainya.

Tantangan lain yang dihadapi UMKM di era modern ini adalah persaingan untuk menciptakan inovasi dan layanan baru agar tetap kompetitif di pasar lokal sekaligus mampu bersaing di pasar internasional. Pelaku UMKM harus terus meningkatkan kemampuan mereka dalam berinovasi dengan ide-ide kreatif dan penuh rasa ingin tahu. Jika dikombinasikan dengan kemajuan teknologi yang ada, UMKM dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Namun, jika UMKM gagal beradaptasi, usaha mereka berisiko tertinggal karena tidak mampu menghadapi tantangan yang ada. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengedepankan kreativitas dan memanfaatkan teknologi secara optimal agar dapat beradaptasi dengan pesatnya perkembangan inovasi.

KESIMPULAN

Untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi digital bagi pengembangan UMKM di Indonesia, tantangan seperti keterbatasan akses, minimnya inovasi, serta kebutuhan akan keterampilan digital harus segera diatasi. UMKM yang mampu berinovasi pada produk dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi akan memiliki daya saing yang lebih kuat di era ekonomi digital yang semakin maju. Ekonomi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk melakukan transformasi digital, memperluas pasar, dan terhubung dengan rantai pasokan global.

Perkembangan teknologi yang cepat menjadi salah satu faktor yang meningkatkan persaingan. Oleh sebab itu, UMKM perlu memanfaatkan peluang ekonomi digital secara maksimal agar tidak kalah dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu, pelaku UMKM juga harus memiliki kreativitas tinggi untuk mengintegrasikan teknologi dengan ide-ide baru, sehingga mampu menghasilkan produk berkualitas yang memiliki nilai tambah tersendiri. Di sisi lain, keberagaman usaha juga harus diperkuat agar UMKM tetap bertahan meskipun kondisi ekonomi Indonesia sedang tidak stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustien, L. M. H., (2019). 2019. “„Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM Di Indonesia“. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 224.”
- Astuti, Isti Indri, and Kata Kunci. 2021. “UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat Di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing.” *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1 (1): 59–65
- A. Hajawiyah, B. Hidayat and A. Widyastuti, "Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19," *Abdimas*, vol. 27, no. 2, 2022.
- Fatimah, F., Tyas, W. M., Widyabakti, M. A., & Ma'rifah, N. (2020). 2020. “Manajemen Inovasi Bernafaskan Islam Melalui Analisis SWOT Pada UMKM Kuliner. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 6(1), 57-64.”
- A. Priyono, A. Moin and V. Putri, "Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, p. 104, 2020.
- Bakrie, RM Rionaldi, Siti Atikah Suri, Nabila, Alda Sahara, Verdy H Pratama, and Firmansyah. 2024. “Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16 (2): 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>.
- Iskandar, Y A, and AANP Redi. 2023. “Peningkatan Pemahaman Transformasi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Model Bisnis UMKM Di Indonesia.” *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian ...* 6 (1): 57–65. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/view/3324>.
- Muna, Gusti Ayu Sapta, Wayan Ardani, and Ida Ayu Sasmitha Putri. 2022. “Penguatan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Presedensi G20 Pada Era Pandemi Covid 19 Pada UMKM Di Bali.” *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya* 1 (1): 21–27.
- Susanto, Barkah, Akrim Hadiano, Fardan Nur Chariri, Miftachul Rochman, Muhammad Mirza Syaukani, and Aditya Ari Daniswara. 2020. “Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM.” *Community Empowerment* 6 (1): 42–47.