

PERAN PEMERINTAH DAN SEKTOR SWASTA DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN UMKM DI ERA DIGITALISASI

Dwi Ananda Putri¹, Shinta Maulana Ariyadi², Farra Diba³, Mufaizah Basith⁴,
Shiva Adinda Safitri⁵

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Email : nandadwianandaputri41@gmail.com¹, shintamaulana799@gmail.com²,

dfarra273@gmail.com³, mlfzhbsth@gmail.com⁴, shvadinda@gmail.com⁵

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, di era digitalisasi, UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya literasi digital, dan minimnya kapasitas inovasi. Digitalisasi juga membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan produk inovatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pemerintah dan sektor swasta dalam memberdayakan UMKM di era digitalisasi. Pemerintah bertanggung jawab menciptakan ekosistem yang kondusif melalui kebijakan, regulasi, dan infrastruktur digital, serta program pendampingan dan pelatihan. Hasil kajian menunjukkan bahwa sinergi antara pemerintah dan sektor swasta mampu meningkatkan kapasitas UMKM untuk bersaing di pasar digital. Hal ini meliputi peningkatan literasi digital, akses ke platform *e-commerce*, serta pemanfaatan teknologi untuk inovasi produk dan pemasaran.

Kata Kunci: Pemberdayaan, UMKM, Digitalisasi.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the national economy and play an important role in creating jobs and encouraging economic growth. However, in the era of digitalization, MSMEs face various challenges such as limited access to technology, lack of digital literacy, and minimal innovation capacity. Digitalization also opens up great opportunities for MSMEs to expand markets, increase operational efficiency and create innovative products. This research uses a qualitative approach with descriptive methods, the data used in this research are primary data and secondary data. This research aims to

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagirism Checker No 223

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/)

analyze the role of the government and the private sector in empowering MSMEs in the era of digitalization. The government is responsible for creating a conducive ecosystem through policies, regulations and digital infrastructure, as well as mentoring and training programs. The study results show that synergy between the government and the private sector is able to increase the capacity of MSMEs to compete in the digital market. This includes increasing digital literacy, access to e-commerce platforms, and the use of technology for product and marketing innovation.

Keywords: Empowerment, MSMEs, Digitalization.

PENDAHULUAN

Revitalisasi bisnis di era digital telah membawa perubahan besar pada hubungan bisnis-ke-bisnis (B2B) di pasar korporat (Kunda et al., 2023). Transformasi ini mencakup pergeseran tidak hanya pada jenis produk yang ditawarkan dan nilai-nilai yang diusung (Murtadho, 2022), tetapi juga dalam strategi penjualan yang diterapkan. Saat ini, banyak CEO perusahaan berupaya menyesuaikan diri dengan dampak revolusi digital, mengingat perubahan paradigma ekonomi yang beralih dari model industri tradisional menuju basis digital (Björkdahl, 2020).

Digitalisasi bisnis, yang melibatkan transisi dari proses fisik ke format virtual, meliputi integrasi sistem perusahaan dan pelaksanaan transaksi digital. Pendekatan ini meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kebutuhan keterlibatan manusia secara langsung, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan hasil yang lebih optimal (Choirunnisa et al., 2023). Transformasi ini mencerminkan pentingnya adopsi teknologi untuk menciptakan daya saing dan relevansi bisnis di era ekonomi digital.

Teknologi memiliki pengaruh besar terhadap bisnis, termasuk potensinya untuk mengurangi angka pengangguran dengan memfasilitasi transaksi ekonomi melalui platform daring. Salah satu pendekatan paling efektif dalam menghadapi perubahan digital adalah penerapan konsep digitalisasi bisnis dalam konteks "society 5.0" (Rochmawati et al., 2023). Konsep ini berfokus pada peran manusia sebagai pusat pembangunan ekonomi, memanfaatkan teknologi untuk mengatasi masalah sosial dan ketimpangan ekonomi yang mungkin muncul di masa depan. Walaupun negara berkembang seperti Indonesia menghadapi banyak tantangan dalam proses ini, pengalaman Jepang menunjukkan bahwa penerapan teknologi maju dapat dilakukan dengan sukses jika dikelola dengan baik (Sugiyono, 2020). Hal ini menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara teknologi dan kebijakan untuk mencapai keberlanjutan ekonomi yang inklusif.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi sektor yang signifikan dalam perekonomian global, terutama dalam beberapa dekade terakhir. Di negara berkembang, semakin banyak UMKM yang memanfaatkan teknologi untuk menjalankan *e-commerce*. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, termasuk di negara-negara berkembang, karena banyak yang telah menunjukkan kekuatan kewirausahaan mereka dengan memanfaatkan peluang yang disediakan oleh *e-commerce* (Tirtana dkk., 2020).

Di sebagian besar negara berkembang, UMKM menjadi sektor ekonomi yang dinamis dan berkontribusi besar pada kegiatan ekonomi. Namun, sektor ini sering menghadapi tantangan besar, seperti tekanan persaingan yang ketat dan keterbatasan sumber daya. Teknologi

memberikan peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing dalam lingkungan bisnis modern. Di Indonesia, UMKM telah lama menjadi penyumbang utama pendapatan rumah tangga, baik sebagai sumber utama maupun tambahan. Peran UMKM sangat penting dalam perekonomian domestik (Redjeki & Affandi, 2021). Meski begitu, Indonesia masih menghadapi tantangan berupa kurangnya jaringan pemasok lokal yang memadai. Hal ini menyebabkan banyak komponen, suku cadang, dan bahan baku harus diimpor daripada diproduksi secara domestik, sehingga menghambat pengembangan rantai pasok lokal yang lebih canggih.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, baik sebagai penopang pertumbuhan ekonomi maupun penyedia lapangan kerja. Di tengah perkembangan pesat teknologi digital, UMKM menghadapi tantangan sekaligus peluang besar untuk meningkatkan daya saingnya. Era digitalisasi membuka akses yang lebih luas terhadap pasar global, efisiensi operasional, dan inovasi produk, namun di sisi lain menuntut adaptasi cepat terhadap teknologi serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menciptakan ekosistem yang kondusif melalui regulasi, penyediaan infrastruktur digital, serta program pelatihan dan pendampingan. Sementara itu, sektor swasta berperan sebagai mitra strategis yang dapat menyediakan solusi teknologi, akses pembiayaan, serta peluang kolaborasi yang mendukung pertumbuhan UMKM.

Kerja sama sinergis antara kedua pihak sangat diperlukan untuk mendorong transformasi digital UMKM, sehingga mereka mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, meningkatkan produktivitas, dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Tulisan ini akan mengkaji bagaimana pemerintah dan sektor swasta dapat berkolaborasi untuk mempercepat pemberdayaan UMKM di tengah arus digitalisasi.

LANDASAN TEORI

Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Undang-Undang RI No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai upaya untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat desa melalui kebijakan, program, dan kegiatan yang disusun berdasarkan permasalahan utama dan prioritas kebutuhan masyarakat desa.

Sumardjo (2019) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah proses yang bertujuan untuk mengembangkan potensi serta kemampuan individu maupun kelompok masyarakat. Proses ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas mereka dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi sehingga mampu memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri.

Pemberdayaan dilakukan melalui pembelajaran atau pendidikan, serta berbagai upaya lainnya, seperti menyediakan fasilitas pendukung. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengatasi tantangan dan ancaman dalam kehidupan sehari-hari. Proses belajar dalam pemberdayaan melibatkan upaya aktif individu untuk mengembangkan wawasan, pengetahuan, keterampilan, dan sikap mental, sehingga mereka dapat bertindak cerdas dalam menghadapi masalah dan memenuhi kebutuhan mereka.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan kategori usaha yang dibedakan berdasarkan skala usaha, nilai aset, dan omzet tahunan yang dihasilkan. Berdasarkan Undang-

Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM adalah usaha mikro dengan kekayaan bersih maksimal Rp50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), serta penjualan tahunan maksimal Rp300.000.000,00. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih antara Rp50.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan memiliki p enjualan tahunan antara Rp300.000.000,00 hingga Rp2.500.000.000,00. Usaha menengah memiliki kekayaan bersih antara Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) serta hasil p enjualan tahunan antara Rp2.500.000.000,00 hingga Rp50.000.000.000,00. Ketentuan ini memberikan kerangka kerja bagi pemerintah dan pihak terkait untuk mengidentifikasi jenis usaha berdasarkan skala ekonomi serta merancang kebijakan pemberdayaan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing kategori usaha.

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2021), sektor UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di negara ini. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, mengurangi kemiskinan, dan mendukung pemerataan ekonomi di berbagai daerah, terutama di wilayah pedesaan. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan dalam hal akses ke modal, teknologi, dan pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, berbagai inisiatif telah dilakukan oleh pemerintah dan sektor swasta untuk mendukung perkembangan UMKM, termasuk program digitalisasi, pelatihan manajerial, dan penyediaan akses ke sumber daya keuangan.

Digitalisasi

Digitalisasi merujuk pada proses konversi informasi dan aktivitas yang awalnya berbasis manual atau analog menjadi bentuk digital dengan menggunakan teknologi komputer atau sistem digital lainnya. Hal ini mencakup penggunaan teknologi untuk menggantikan atau meningkatkan cara tradisional dalam menjalankan berbagai kegiatan, baik dalam konteks pribadi, bisnis, atau pemerintahan. Proses digitalisasi ini mencakup pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, dan distribusi informasi dalam format digital. Secara spesifik digitalisasi berarti perangkat lunak atau aplikasi untuk mengoptimalkan tugas-tugas rutin dan operasional, yang sebelumnya dilakukan secara manual. Perusahaan atau individu yang mengadopsi teknologi digital untuk menciptakan atau memperkenalkan model bisnis baru, seperti e-commerce, aplikasi berbasis cloud, atau layanan digital lainnya. Penggunaan platform digital untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, misalnya melalui situs web, aplikasi mobile, atau media sosial.

Digitalisasi tidak hanya berfokus pada penggunaan perangkat digital, tetapi juga mencakup perubahan dalam cara kita berpikir dan berinteraksi dengan dunia. Dalam konteks UMKM, digitalisasi memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperbaiki sistem distribusi dan pemasaran produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis peran pemerintah dan sektor swasta dalam memberdayakan UMKM di era

digitalisasi. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan dari dokumen kebijakan pemerintah, laporan tahunan, publikasi akademik, serta laporan industri terkait pemberdayaan UMKM dan digitalisasi. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber (dokumen resmi dan literatur). Studi ini difokuskan pada UMKM di Indonesia, dengan perhatian khusus pada sektor yang menunjukkan potensi besar dalam digitalisasi, seperti industri kreatif, kuliner, dan perdagangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digitalisasi menjadi isu penting dalam pengembangan ekonomi Indonesia. UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, mencatatkan lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, untuk terus tumbuh dan bersaing di pasar global, UMKM harus dapat mengadopsi teknologi digital yang meningkatkan efisiensi, akses pasar, dan daya saing. Oleh karena itu, peran pemerintah dan sektor swasta sangat krusial dalam mendukung transformasi digital UMKM.

Peran Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM Digital

Pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan kebijakan dan infrastruktur yang dapat mendukung digitalisasi UMKM. Beberapa langkah yang dilakukan pemerintah untuk pemberdayaan UMKM di era digitalisasi antara lain:

1. Penyediaan Infrastruktur Digital

Infrastruktur digital yang memadai adalah salah satu syarat utama agar UMKM dapat mengakses teknologi dan pasar digital. Pemerintah harus memastikan bahwa akses internet tersedia secara merata di seluruh Indonesia, termasuk daerah-daerah yang masih minim koneksi internet. Selain itu, pemerintah perlu memastikan penyediaan perangkat keras dan perangkat lunak yang terjangkau bagi UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi digital untuk operasional bisnis sehari-hari (Eka, 2021).

2. Kebijakan dan Regulasi

Kebijakan yang mendukung digitalisasi menjadi kunci bagi perkembangan UMKM. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan, salah satunya adalah Undang-Undang Cipta Kerja, yang mempermudah regulasi bagi pelaku UMKM. Salah satu contoh konkret adalah kemudahan dalam akses pembiayaan dan insentif bagi UMKM yang beralih ke platform digital. Kebijakan ini penting agar UMKM dapat berkembang lebih cepat dan lebih mudah mengakses pasar digital (Gewati, 2021). Selain itu, pemerintah juga harus mengatur regulasi terkait *e-commerce*, pembayaran digital, dan perlindungan data, agar UMKM dapat beroperasi dengan aman dan tidak terhambat oleh isu-isu regulasi yang menghalangi digitalisasi.

3. Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas Digital

Salah satu tantangan terbesar bagi UMKM dalam digitalisasi adalah kurangnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi. Pemerintah perlu melaksanakan program pelatihan dan pengembangan kapasitas yang memfokuskan pada literasi digital bagi pelaku UMKM. Program pelatihan ini bisa meliputi penggunaan media sosial untuk pemasaran, e-

commerce, aplikasi manajemen keuangan, serta software operasional lainnya yang dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

Peran Sektor Swasta dalam Pemberdayaan UMKM Digital

Selain pemerintah, sektor swasta, terutama perusahaan teknologi dan startup digital, juga memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi. Berikut beberapa kontribusi sektor swasta dalam pemberdayaan UMKM di era digital:

1. Penyediaan Solusi Teknologi

Perusahaan teknologi dan startup digital memainkan peran besar dalam menyediakan platform dan aplikasi yang memungkinkan UMKM untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien. Misalnya, *e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, yang memungkinkan UMKM menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas. Selain itu, aplikasi untuk manajemen keuangan, logistik, dan pemasaran juga tersedia untuk membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional mereka (Eka, 2021).

Perusahaan fintech juga memberikan solusi pembiayaan yang lebih mudah diakses oleh UMKM. Dengan menggunakan teknologi, UMKM dapat memperoleh pinjaman modal dengan persyaratan yang lebih mudah, tanpa harus melalui proses panjang di bank tradisional (Gewati, 2021)

2. Pendanaan dan Investasi

Sektor swasta juga berperan dalam menyediakan modal bagi UMKM untuk mempercepat proses digitalisasi. Melalui venture capital (modal ventura) dan crowdfunding, banyak startup dan investor yang memberikan pembiayaan untuk UMKM yang bertransformasi ke digital. Selain itu, perusahaan fintech juga menawarkan berbagai produk pembiayaan seperti pinjaman mikro dan pembiayaan berbasis invoice, yang sangat membantu UMKM dalam mengakses modal yang dibutuhkan untuk ekspansi dan digitalisasi (Gewati, 2021).

3. Kolaborasi dan Kemitraan

Kemitraan antara sektor swasta dan UMKM juga semakin meningkat, terutama dalam pengembangan produk dan layanan berbasis teknologi. Perusahaan besar sering berkolaborasi dengan UMKM untuk menciptakan produk baru atau memperkenalkan solusi teknologi yang lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM. Misalnya, perusahaan-perusahaan teknologi besar menawarkan pelatihan atau konsultasi mengenai cara menggunakan produk mereka untuk mempercepat digitalisasi UMKM (Eka, 2021).

Aksi Sosial dalam Kontribusi terhadap Pelaku UMKM

Kegiatan aksi sosial memiliki peran penting dalam membantu pelaku UMKM beradaptasi menuju era digitalisasi. Semakin banyak komunitas sosial yang terlibat dalam pendampingan, semakin besar pula dampaknya terhadap keberlanjutan usaha di masa transformasi digital. Dalam konteks ini, program pemberdayaan menjadi strategi utama untuk mendukung pelaku UMKM agar dapat "*go digital*."

Keberlanjutan kewirausahaan sosial memerlukan kolaborasi antara pemerintah, pengusaha, dan masyarakat. Kolaborasi ini diwujudkan melalui pendampingan yang berkesinambungan serta kebijakan yang mendukung keberpihakan kepada UMKM. Konsep

kewirausahaan sosial harus berorientasi pada penyelesaian masalah sosial yang dihadapi masyarakat, dengan mengutamakan pemberdayaan dan partisipasi masyarakat. Pendekatan ini bertujuan untuk menumbuhkan kemandirian melalui nilai gotong royong, kerja sama tim, serta tanggung jawab bersama dalam mengembangkan usaha.

Namun, kewirausahaan sosial berbasis ekonomi kreatif menghadapi beberapa tantangan, seperti:

1. Desain produk yang belum optimal.
2. Rendahnya keterampilan pelaku usaha.
3. Kurangnya ide kreatif dan inovasi dalam pengembangan produk.
4. Terbatasnya pemasaran, yang memerlukan strategi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan sosial berbasis ekonomi kreatif memerlukan sinergi lintas sektor untuk meningkatkan keterampilan, inovasi, dan pemasaran berbasis digital yang akan mendukung keberlanjutan UMKM di era digital.

Langkah-langkah pemberdayaan UMKM mencakup perbaikan dalam pengelolaan usaha serta peningkatan keterlibatan masyarakat dalam berbagai aspek, seperti desain produk, pemasaran, dan manajemen keuangan. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan produk berkualitas yang mampu bersaing di pasar. Selain itu, komunitas sosial memainkan peran penting dalam membantu memasarkan hasil produksi, sehingga memberikan akses pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM.

Menurut Gregori dan Holzmann (2020), marketplace menyediakan alternatif yang lebih efisien dan nyaman untuk membeli produk melalui platform digital, seperti aplikasi smartphone dan website. Marketplace tidak hanya mendukung efisiensi pembelian, tetapi juga mendorong inovasi model bisnis yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku usaha dapat membangun komunitas yang mempererat hubungan antara produsen dan konsumen untuk mencapai tujuan bersama.

Selain itu, penggunaan teknologi digital memungkinkan terciptanya nilai sosiolingkungan melalui kolaborasi antara pelaku usaha dan konsumen. Kegiatan ini mengintegrasikan logika lingkungan, sosial, dan komersial, sehingga memberikan dampak positif tidak hanya bagi bisnis tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan. Pendekatan ini menjadikan digitalisasi sebagai alat strategis untuk memperkuat ekosistem UMKM yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Menurut Heri Eko Prasetyo (2019), upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam mendukung pengembangan ekonomi digital dilakukan melalui program *Klinik Ekonomi Digital*. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan perluasan akses pemasaran. Pelaksanaan program melibatkan kegiatan seperti seminar, pelatihan, dan penyediaan sarana prasarana. Harapannya, langkah-langkah tersebut dapat menciptakan produk-produk UMKM yang memiliki nilai tambah dan daya saing tinggi.

Strategi pemberdayaan ini juga melibatkan kolaborasi erat antara pemerintah dan masyarakat dengan pendekatan "Amati, Tiru, Modifikasi" (ATM). Terdapat beberapa langkah strategis dalam mendukung pelaku UMKM, yaitu:

1. Memproduksi barang berkualitas tinggi dengan modal minimal.

2. Mengembangkan inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan pasar.
3. Memfokuskan pelaku UMKM pada pengembangan satu jenis produk unggulan.
4. Menyediakan pusat informasi yang dilengkapi sarana prasarana memadai untuk membantu pelaku UMKM dalam mengakses modal usaha.

Pendekatan ini dirancang untuk memperkuat ekosistem UMKM dalam era digitalisasi, memastikan keberlanjutan inovasi, dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.

Tantangan yang Dihadapi dalam Digitalisasi UMKM

1. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Infrastruktur teknologi yang belum merata menjadi salah satu tantangan terbesar dalam digitalisasi UMKM di Indonesia. Meskipun pemerintah telah berupaya meningkatkan akses internet di berbagai wilayah, terutama di daerah terpencil, masih banyak kawasan yang belum memiliki koneksi internet yang stabil atau cepat. UMKM di kota besar cenderung lebih mudah mengakses teknologi digital dibandingkan UMKM di pedesaan. Ini menciptakan kesenjangan digital yang memperlambat adopsi teknologi pada sebagian besar pelaku usaha kecil di wilayah tertentu (Eka, 2021). Serta, Tidak semua UMKM mampu membeli perangkat teknologi seperti komputer, smartphone, atau perangkat lunak untuk operasional digital. Ini menjadi hambatan bagi usaha mikro yang memiliki modal terbatas (Gewati, 2021).

2. Rendahnya Literasi Digital

Literasi digital merupakan kemampuan memahami, menggunakan, dan mengoptimalkan teknologi digital untuk kegiatan bisnis. Tantangan ini umum terjadi pada pelaku UMKM, terutama di kalangan usaha mikro dan kecil. Banyak pelaku UMKM yang belum familiar dengan cara kerja *e-commerce*, media sosial untuk pemasaran, atau aplikasi manajemen bisnis. Meskipun pemerintah dan sektor swasta telah menyediakan pelatihan digital, cakupannya masih terbatas dan tidak merata. Sebagian pelaku UMKM tidak mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pelatihan tersebut, terutama mereka yang berada di daerah terpencil atau tidak memiliki akses informasi yang memadai (Eka, 2021).

3. Hambatan Keuangan

Transformasi digital memerlukan investasi awal, baik dalam bentuk perangkat teknologi, aplikasi, maupun pelatihan. Banyak UMKM yang menghadapi kendala keuangan untuk mengadopsi teknologi digital. Usaha mikro sering kali beroperasi dengan modal yang sangat kecil, sehingga sulit untuk mengalokasikan dana untuk membeli perangkat teknologi atau membayar layanan digital seperti hosting website dan promosi digital. Meskipun sektor fintech telah menyediakan berbagai solusi pembiayaan, banyak UMKM yang tidak memenuhi syarat administrasi, seperti tidak memiliki rekam jejak kredit atau dokumentasi keuangan yang memadai (Eka, 2021).

4. Kurangnya Kesadaran dan Motivasi

Sebagian pelaku UMKM masih belum memahami pentingnya digitalisasi bagi keberlanjutan bisnis mereka. Hal ini menyebabkan rendahnya motivasi untuk beralih ke teknologi digital. Banyak UMKM yang merasa skeptis terhadap manfaat nyata dari digitalisasi, terutama jika usaha mereka sudah berjalan baik dengan metode tradisional. Di

beberapa daerah, pelaku usaha cenderung enggan berubah karena merasa nyaman dengan cara konvensional (Gewati, 2021).

5. Persaingan di Dunia Digital

Masuknya UMKM ke dalam platform digital meningkatkan persaingan dengan pelaku usaha lain, baik di tingkat lokal maupun global. Ini dapat menjadi tantangan berat bagi UMKM yang belum memiliki strategi pemasaran atau keunggulan kompetitif yang kuat. Platform *e-commerce* dipenuhi oleh ribuan produk yang serupa, sehingga pelaku UMKM kesulitan menonjolkan produknya di antara pesaing. Banyak UMKM belum memahami cara memanfaatkan data atau alat digital untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam memasarkan produk mereka (Eka, 2021).

6. Tantangan Regulasi dan Perlindungan Data

Regulasi terkait *e-commerce* dan perlindungan data masih berkembang di Indonesia. Hal ini menciptakan ketidakpastian bagi UMKM yang mulai bertransformasi ke digital. Banyak pelaku UMKM yang merasa bingung dengan regulasi terkait pajak untuk transaksi digital atau kebijakan lain yang mengatur aktivitas digital mereka. Dengan masuknya UMKM ke dunia digital, risiko terhadap kebocoran data pelanggan atau serangan siber meningkat. UMKM sering kali tidak memiliki sistem keamanan yang memadai untuk melindungi data mereka.

7. Keterbatasan Ekosistem Digital

Digitalisasi UMKM memerlukan ekosistem yang mendukung, mulai dari pemasok, distributor, hingga konsumen yang juga melek digital. Namun, ekosistem digital di beberapa sektor masih terbatas. Banyak UMKM yang kesulitan menemukan mitra bisnis digital atau platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka. UMKM sering kali bergantung pada rantai pasok tradisional yang belum mendukung teknologi digital.

8. Ketidaksiapan Perubahan Organisasi

Digitalisasi sering kali memerlukan perubahan struktur dan sistem dalam organisasi UMKM, yang mungkin belum siap menghadapi transformasi tersebut. Pemilik UMKM sering kali enggan mengubah cara kerja tradisional karena menganggap proses digital lebih rumit atau memerlukan waktu lama untuk mempelajari hal baru. Banyak UMKM hanya dikelola oleh beberapa orang, sehingga sulit membagi waktu antara operasional harian dan pembelajaran teknologi.

Tantangan dalam digitalisasi UMKM mencakup berbagai aspek, mulai dari infrastruktur, literasi digital, keterbatasan finansial, hingga resistensi terhadap perubahan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan pelaku UMKM sendiri. Pemerintah harus memastikan pemerataan infrastruktur dan pelatihan, sementara sektor swasta dapat menyediakan solusi teknologi dan pembiayaan yang lebih inklusif. Dengan mengatasi tantangan ini, UMKM dapat bertransformasi menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan di era digital.

KESIMPULAN

Pemberdayaan UMKM di era digitalisasi memerlukan sinergi antara pemerintah dan sektor swasta untuk menciptakan ekosistem yang mendukung transformasi digital. Pemerintah memainkan peran penting dalam menyediakan infrastruktur digital yang merata, merumuskan

kebijakan dan regulasi yang mendukung, serta memberikan pelatihan dan literasi digital bagi pelaku UMKM. Langkah-langkah ini bertujuan untuk mempercepat adopsi teknologi dan mendorong UMKM menjadi lebih kompetitif di pasar digital.

Di sisi lain, sektor swasta berkontribusi melalui penyediaan solusi teknologi, akses pembiayaan yang inovatif, dan kolaborasi strategis untuk membantu UMKM mengadopsi teknologi secara efisien. Platform e-commerce, fintech, dan startup teknologi memfasilitasi UMKM dalam meningkatkan akses pasar, manajemen bisnis, dan operasional digital.

Namun, digitalisasi UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, hambatan pembiayaan, dan resistensi terhadap perubahan. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi erat antara pemerintah dan sektor swasta untuk mengatasi hambatan tersebut.

Dengan dukungan yang optimal, UMKM dapat memanfaatkan potensi digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi nasional. Transformasi ini juga menjadi langkah strategis dalam menjadikan UMKM sebagai pilar penting ekonomi digital Indonesia yang berdaya saing global.

DAFTAR PUSTAKA

- Björkdahl, J. (2020). Strategies for digitalization in manufacturing firms. *California Management Review*, 62 (4), 17–36.
- Choirunnisa, L., Oktaviana, T. H. C., Ridlo, A. A., & Rohmah, E. I. (2023). Peran Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik (SPBE) Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Pelayanan Publik di Indonesia. *Sosio Yustisia: Jurnal Hukum Dan Perubahan Sosial*, 3(1), 71–95
- Eka, Randi, 10 September 2021. Laporan DSInnovate: Pemberdayaan UMKM di Indonesia 2021, *Dailysocial.id*, diakses pada 18 November 2024 pukul 15.33. <https://dailysocial.id/post/laporan-dsinnovate-pemberdayaan-umkm-di-indonesia-2021>
- Gewati, Mikhael, Inang Sh., 08 September 2021. Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia Jadi Kunci Pemberdayaan UMKM. *Kompas.com*, diakses pada 18 November 2024 pukul 16.02. <https://kilaskorporasi.kompas.com/berkarya-untuk-negeri/read/2021/10/08/095100226/pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-jadi-kunci-pemberdayaan-umkm>
- Gregori, P., & Holzmann, P. (2020). Digital sustainable entrepreneurship: A business model perspective on embedding digital technologies for social and environmental value creation. *Journal of Cleaner Production*, 272, 122817. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122817>
- Heri Eko Prasetyo. (2019). Inisiasi Metode Sdm Ekonomi Kreatif Melalui Pembangunan Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi Informatika (Kediloka). Retrieved from Conference.kominfo.go.id
- Kunda, A., Umar, M., Febrian, W. D., Purbaratri, W., Santoso, T. I., Rahayu, N., Sudirjo, F., & Arditia, A. D. (2023). Kewirausahaan Berbasis Digital. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Murtadho, A. M. (2022). Pergeseran Pemahaman Konstitusionalisme dalam Ketatanegaraan Indonesia. *Rechtenstudent Journal UIN KHAS Jember*, 3 (2), 172–186
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40-55.

- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14 (1), 101–108.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B. K., Suhendra, S., & Hamzah, M. A. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), 101-108.