



Analisis Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM di Indonesia

Arya Neta Adinda Jambak ¹, Fahmi Fauzi ², Maryam Batubara ³

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: arya3004233006@uinsu.ac.id, fahmi3004233020@uinsu.ac.id
maryam.batubara@uinsu.ac.id

Abstract. Digitalization has become element important in increase Power competitiveness of Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, especially in context the global economy is getting stronger connected . Research This aiming ror explore impact digitalization to growth MSME economy, including improvement market access, efficiency operational, and access to financing alternative through technology finance (fintech). Although digitalization offer Lots opportunities, MSMEs also face challenge like limitations access to technology, low digital literacy, lack of support from government, and concerns to data security With analyze relevant literature, research This give outlook about potential and obstacles faced by MSMEs in the digital transformation process. It is hoped that results study This can become reference for maker policies and actors business in formulate a better strategy effective For utilise digitalization as tool For increase growth economy in Indonesia

Keywords: Digitalization , Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Growth Economy

Abstrak. Digitalisasi telah menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, terutama dalam konteks perekonomian global yang semakin terhubung. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM, termasuk peningkatan akses pasar, efisiensi operasional, dan akses terhadap pembiayaan alternatif melalui teknologi keuangan (fintech). Meskipun digitalisasi menawarkan banyak peluang, UMKM juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, kurangnya dukungan dari pemerintah, dan kekhawatiran terhadap keamanan data. Dengan menganalisis literatur yang relevan, penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi dan kendala yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk memanfaatkan digitalisasi sebagai alat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kata kunci: Digitalisasi, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), Pertumbuhan Ekonomi

LATAR BELAKANG

Digitalisasi telah menjadi komponen kunci dalam revolusi ekonomi global, terutama dalam meningkatkan daya saing UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah). Dengan memberikan kesempatan kepada UMKM untuk meningkatkan akses mereka ke pasar yang lebih besar, meningkatkan efektivitas proses bisnis mereka, dan menggunakan platform digital untuk pembiayaan alternatif melalui teknologi keuangan (fintech), digitalisasi dianggap sebagai cara yang tepat untuk mengatasi hambatan-hambatan ini. (Friska, 2024) Sebagai hasil dari digitalisasi, interaksi pembeli-penjual sekarang secara eksklusif dilakukan secara online. Tiga area utama ekonomi-penjualan, promosi, dan pembayaran-adalah tempat digitalisasi diterapkan. (Hutagaol, 2024)

Mulai dari manajemen internal hingga keterlibatan dengan klien, penggunaan teknologi digital dalam bisnis telah sepenuhnya mengubah cara kerja UMKM. Selain menawarkan peluang yang luar biasa bagi UMKM untuk meningkatkan pangsa pasar mereka, transformasi ini mengharuskan mereka untuk menyesuaikan diri dengan cepat dengan kemajuan teknologi yang dinamis dan semakin kompleks. (Hamdan, 2018) Di Indonesia, UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, industri ini mempekerjakan lebih dari 97% pekerja di Indonesia dan menghasilkan lebih dari 60% PDB Indonesia. Dengan potensi yang begitu besar, transformasi digital UMKM akan meningkatkan akses ke pasar global sekaligus memperkuat kerangka ekonomi negara. (Ndraha, 2024)

Pada penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak menyoroti peran digitalisasi dalam memajukan UMKM di beberapa negara berkembang, seperti Indonesia, di mana digitalisasi UMKM memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan e-commerce dan tekfin untuk meningkatkan akses ke pasar dan pembiayaan, yang terbukti secara signifikan meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM. Di Filipina dan Vietnam peningkatan adopsi teknologi digital juga terbukti mempercepat pertumbuhan sektor perekonomian negara tersebut, terutama di sektor perdagangan dan jasa, melalui peningkatan efisiensi dan aksesibilitas produk ke konsumen yang lebih luas. (Vũ Thị Tinh, 2024) Melalui berbagai inisiatif dan program, pemerintah Indonesia telah berusaha membantu UMKM dalam transformasi digital mereka dari sudut pandang kebijakan. Gerakan Nasional UMKM Go Digital merupakan salah satu program yang mendorong para pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital dalam kegiatan operasional mereka. Untuk membantu UMKM menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi, inisiatif ini menawarkan dukungan teknis, bantuan akses modal, dan pelatihan digital. Di sisi lain, kerja sama sektor publik-swasta juga penting untuk mempercepat adopsi teknologi digital oleh UMKM. Melalui kolaborasi, lingkungan digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan dapat tercipta, serta peningkatan akses terhadap uang dan teknologi. (Nugroho, 2020)

Seiring dengan perkembangan ekonomi digital, platform-platform baru bermunculan dan memberikan akses kepada UMKM ke pasar yang lebih besar. Misalnya, situs e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak telah berkembang menjadi sarana bagi UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Selain itu, UMKM dapat melakukan transaksi keuangan dengan lebih efektif berkat aplikasi pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan DANA. UMKM dapat menyediakan berbagai opsi pembayaran yang lebih mudah beradaptasi kepada pelanggan berkat teknologi pembayaran digital ini, yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan merampingkan proses transaksi. (Hamdan, 2018)

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama yang menopang struktur perekonomian. Dalam arti yang lebih luas, UMKM merupakan kontributor utama terhadap PDB selain menciptakan lapangan kerja. Terlepas dari potensi yang sangat besar ini, sejumlah UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses terhadap pendanaan dan kurangnya pengetahuan teknologi dan pemasaran. Untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada para pembuat kebijakan dan pelaku usaha tentang dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Indonesia, baik secara positif maupun negatif, studi ini mencoba menutup kesenjangan tersebut. Dengan pengetahuan yang lebih baik, diharapkan dapat dilakukan tindakan yang lebih terukur untuk membantu UMKM dalam menggunakan digitalisasi

sebagai alat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing Indonesia. (Hutagaol, 2024)

KAJIAN TEORITIS

UMKM dan Digitalisasi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, atau UMKM, adalah sektor bisnis yang signifikan dalam perekonomian suatu negara. Seiring pertumbuhannya, UMKM memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Meskipun ukuran bisnis mereka kecil, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian. Karena ukuran dan penyebarannya secara nasional, UMKM dapat secara signifikan memengaruhi perekonomian. Karena kemampuannya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menciptakan peluang bisnis baru bagi mereka yang ingin mandiri secara ekonomi, UMKM juga dapat memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan ekonomi. Agar UMKM dapat berkembang dan berkembang secara berkelanjutan serta memberi manfaat bagi masyarakat dan bangsa secara keseluruhan, maka UMKM perlu didorong dan didukung. (Firdausya, 2023)

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam berbagai domain bisnis, termasuk produksi, pemasaran, manajemen keuangan, dan administrasi, dikenal sebagai digitalisasi UMKM. Pada kenyataannya, platform digital seperti situs web, media sosial, aplikasi seluler, dan e-commerce dapat digunakan untuk mendigitalkan operasi UMKM. Meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis adalah salah satu keuntungan utama dari digitalisasi UMKM. UMKM dapat meningkatkan manajemen stok dan keuangan mereka, serta mempercepat prosedur produksi dan pemasaran, dengan memanfaatkan teknologi. Selain itu, dengan memberikan akses ke pasar digital dan platform e-commerce, digitalisasi UMKM dapat membantu UMKM menjadi lebih terlihat dan kompetitif di pasar global. Namun, ada beberapa kendala dalam digitalisasi UMKM yang juga harus diatasi, seperti keterbatasan akses UMKM terhadap teknologi dan sumber daya. Oleh karena itu, bantuan dan arahan dari sektor publik dan komersial sangat penting untuk memungkinkan UMKM menjadi digital. Diharapkan dengan bekerja sama, digitalisasi UMKM akan terus maju dan membantu pertumbuhan sektor UMKM dan perekonomian nasional secara keseluruhan. (Firdausya, 2023)

Digitalisasi UMKM merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Secara sederhana, para pelaku usaha kini lebih mudah memasarkan dan menjual barang dagangannya secara online di era teknologi yang semakin maju. Untuk memudahkan klien mengunjungi tempat secara langsung, pelaku usaha dapat mengiklankan barang dagangannya di media sosial dan bahkan mencantumkan informasi geografis di peta media sosial. Selain itu, beberapa pelaku usaha tertentu tidak lagi membutuhkan kios ritel karena adanya perubahan media sosial dan e-commerce sebagai media baru. Agar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat berkembang dan mendukung perekonomian Indonesia, mereka harus melakukan digitalisasi dan beralih ke pola penjualan online melalui *marketplace*. Salah satu solusi bagi banyaknya pelaku UMKM yang signifikan di Indonesia adalah digitalisasi UMKM yang telah menjadi fenomena yang tak terhindarkan. (Kanan, 2021)

Dampak Digitalisasi terhadap UMKM

Di era teknologi yang semakin maju, pelaku usaha kini memiliki kemudahan dalam memasarkan dan menjual produk mereka secara online. Untuk mempermudah pelanggan dalam mengunjungi lokasi usaha secara langsung, mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk mengiklankan produk dan menyertakan informasi geografis di peta yang tersedia. Selain itu, banyak pelaku usaha yang kini tidak memerlukan kios ritel karena perubahan yang dihadirkan oleh media sosial dan e-commerce. Agar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat tumbuh dan berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia, terutama di masa pandemi COVID-19, penting bagi mereka untuk melakukan digitalisasi dan beralih ke penjualan online melalui marketplace. Digitalisasi UMKM telah menjadi solusi yang tidak dapat dihindari bagi banyak pelaku usaha di Indonesia. (Wijaya, 2022)

Karena peningkatan aksesibilitas pasar, peningkatan efektivitas operasional, dan akses yang lebih mudah ke pembiayaan alternatif, digitalisasi memiliki dampak besar pada pertumbuhan UMKM. Dalam hal akses pasar, digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menggunakan platform e-commerce yang menawarkan visibilitas di seluruh dunia untuk terhubung dengan basis konsumen yang lebih besar. Teknologi dapat menjadi aset strategis yang memberikan UMKM keunggulan kompetitif, menurut paradigma Resource-Based View (RBV) dari Barney (1991). Melalui penggunaan platform digital, UMKM dapat lebih berhasil bersaing dengan perusahaan yang lebih besar baik di pasar domestik maupun luar negeri berkat digitalisasi. Selain itu, dengan menyederhanakan proses produksi, distribusi, dan pemasaran, digitalisasi memungkinkan UMKM mencapai efisiensi operasional. Melalui otomatisasi dan analisis data yang lebih baik, teknologi digital dapat membantu UMKM memangkas biaya operasional. Menurut teori ekonomi biaya transaksi (Williamson, 1985), digitalisasi menurunkan biaya transaksi dalam proses perusahaan, meningkatkan produktivitas dan profitabilitas. Fintech, yang menawarkan pendanaan alternatif bagi UMKM yang sebelumnya kesulitan mengakses lembaga perbankan tradisional, juga membuat pembiayaan menjadi lebih mudah diakses. (Friska, 2024)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode studi literatur review sangat relevan untuk menganalisis dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Indonesia. Pertama, peneliti perlu mengidentifikasi topik spesifik, seperti bagaimana digitalisasi mempengaruhi akses pasar, efisiensi operasional, dan daya saing UMKM. Setelah itu, pengumpulan sumber-sumber literatur yang relevan dilakukan, mencakup jurnal-jurnal ilmiah yang membahas digitalisasi dan UMKM di Indonesia. Kriteria pemilihan sumber, seperti relevansi dengan topik dan kualitas penelitian, akan memastikan informasi yang diperoleh berkualitas tinggi. Setelah mengumpulkan literatur, analisis dan sintesis dilakukan untuk mengidentifikasi tema-tema utama, seperti tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan bagaimana hal ini mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Hasil analisis ini kemudian disusun dalam bentuk tinjauan pustaka, yang mencakup ringkasan dari setiap sumber dan bagaimana mereka saling berhubungan dalam konteks digitalisasi dan UMKM. Akhirnya, peneliti dapat menarik kesimpulan terkait dampak digitalisasi, baik positif maupun negatif, serta memberikan rekomendasi bagi pemangku kebijakan dan pelaku UMKM untuk memanfaatkan digitalisasi sebagai alat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan wawasan yang komprehensif dan mendalam tentang pengaruh digitalisasi terhadap UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Akses Pasar:

Teknologi digital memungkinkan UMKM dapat menjangkau pasar domestik dan internasional yang lebih besar berkat teknologi digital. Media sosial dan platform e-commerce dapat membantu UMKM memasarkan barang dan jasa mereka kepada pelanggan di seluruh dunia. (Pratamansyah, 2024) Selain menciptakan peluang baru, digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan diri dengan pergeseran preferensi konsumen yang semakin mendorong pembelian online. UMKM dapat menawarkan produk mereka secara online dengan menggunakan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak, yang sangat meningkatkan potensi penjualan mereka selain memperluas jangkauan geografis mereka.

Teknologi dianggap sebagai sumber daya strategis yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif, sesuai dengan hipotesis Resource-Based View (RBV). UMKM dapat bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan mengakses pasar yang lebih besar dengan memanfaatkan teknologi melalui digitalisasi. Namun demikian, masih ada kesulitan dalam menggunakan teknologi ini, terutama yang berkaitan dengan rendahnya tingkat literasi digital dan pemahaman UMKM tentang teknik pemasaran digital yang sukses. Untuk menjangkau audiens global, UMKM di Indonesia bergantung pada situs media sosial seperti Facebook dan Instagram serta situs e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee. (Friska, 2024)

Selain itu, ketersediaan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan informasi tentang minat dan perilaku pelanggan mereka, yang dapat digunakan untuk membuat rencana pemasaran yang lebih sukses. Perusahaan UMKM dapat memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pelanggan dengan menyesuaikan produk mereka melalui analisis data. (Astikarani, 2024) Oleh karena itu, agar UMKM tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin global, digitalisasi tidak hanya menjadi tren, tetapi juga langkah strategis yang krusial. UMKM dapat meningkatkan posisi ekonomi mereka, mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan, dan meningkatkan kontribusi ekonomi mereka terhadap Indonesia dengan memanfaatkan teknologi digital.

Efisiensi Operasional

Penerapan e-commerce telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap efisiensi operasional dan pengurangan biaya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). menekankan betapa pentingnya mengintegrasikan solusi otomatisasi ke dalam prosedur bisnis e-commerce UMKM. Solusi otomatisasi dapat mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan di berbagai bidang seperti pemrosesan pesanan, manajemen inventaris, dan dukungan pelanggan. UMKM dapat meningkatkan layanan pelanggan dan menghemat waktu serta biaya dengan mengotomatiskan operasi yang berulang-ulang ini. Selain itu, teknologi ini membantu UMKM meningkatkan kepuasan pelanggan dan merespons lebih cepat terhadap perubahan permintaan pasar, sehingga dapat menurunkan tingkat pengembalian produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan. (Budiman, 2023)

Hal ini penting karena peningkatan efisiensi operasional dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan selain menurunkan biaya langsung. UMKM dapat

menghemat waktu siklus pengiriman dan biaya pengiriman dengan memanfaatkan teknologi seperti sistem manajemen inventaris yang terhubung dan platform e-commerce yang digabungkan dengan penyedia logistik. Dalam situasi ini, teknologi tidak hanya mempercepat prosedur tetapi juga meningkatkan ketepatan dan ketepatan waktu pengiriman produk ke klien. Hal ini meningkatkan pengalaman pelanggan dan memberikan UMKM keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Peningkatan efisiensi operasional dan pengurangan biaya operasional melalui adopsi e-commerce memiliki implikasi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM secara keseluruhan. UMKM dapat meningkatkan profitabilitas mereka dan membebaskan lebih banyak dana untuk inovasi, penciptaan produk baru, atau perluasan pasar dengan memangkas biaya produksi, manajemen, dan distribusi. (Juliantari, 2024)

Akses ke Informasi dan Sumber Daya

Digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam akses pembiayaan bagi UMKM di kawasan ASEAN dengan memperkenalkan platform fintech yang menawarkan layanan pendanaan alternatif. Di Indonesia, layanan fintech seperti KoinWorks, Modalku, dan Investree telah menjadi solusi bagi UMKM yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan melalui bank tradisional. Dengan sistem pinjaman digital ini, UMKM dapat mengajukan pinjaman dengan lebih cepat dan dengan persyaratan yang lebih fleksibel dibandingkan lembaga keuangan konvensional (Hendrawan, 2019) Akses terhadap pinjaman digital ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mendapatkan modal yang diperlukan untuk ekspansi usaha tanpa terhambat oleh prosedur birokrasi yang rumit. Proses yang lebih efisien ini sangat penting, terutama bagi pelaku usaha yang membutuhkan dana segera untuk mengembangkan bisnis mereka.

Di Indonesia, dukungan pemerintah melalui regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mengawasi sektor fintech juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan pembiayaan digital yang aman dan teratur. Kebijakan ini tidak hanya memberikan kepercayaan kepada pelaku usaha, tetapi juga memastikan bahwa praktik pembiayaan digital berlangsung dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi. Tren serupa juga terlihat di negara-negara lain di Asia Tenggara, seperti Filipina dan Vietnam, di mana fintech menawarkan akses pembiayaan yang lebih inklusif dan mudah diakses bagi UMKM. Di Filipina, platform seperti *Lenddo* dan *First Circle* telah mengembangkan model penilaian kredit alternatif yang memanfaatkan data non-tradisional, seperti riwayat pembayaran utilitas dan aktivitas di media sosial. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk menjangkau UMKM yang sebelumnya tidak memiliki akses ke pembiayaan karena tidak memiliki riwayat kredit yang memadai. (Friska, 2024)

Tantangan Digitalisasi

Meskipun transformasi digital membawa berbagai manfaat bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ada beberapa tantangan yang harus diatasi dalam proses ini. (Maisaroh, 2024) Berikut adalah beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam menjalani transformasi digital: (Pratamansyah, 2024)

Akses terhadap Teknologi dan Infrastruktur: Salah satu hambatan terbesar bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital adalah keterbatasan akses terhadap internet dan infrastruktur digital yang masih kurang memadai. Biaya teknologi yang tinggi juga menjadi faktor yang menghalangi banyak pelaku usaha untuk menerapkan solusi digital dalam bisnis mereka.

Keterampilan dan Literasi Digital: Banyak pelaku UMKM menghadapi kesulitan karena kurangnya keterampilan dan literasi digital. Banyak di antara mereka tidak

memiliki pengetahuan yang memadai untuk mengoperasikan dan mengelola teknologi digital secara efektif. Hal ini mengakibatkan mereka tidak dapat memanfaatkan potensi teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha mereka.

Dukungan dari Pemerintah dan Pemangku Kepentingan: Kurangnya dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya juga menjadi penghambat penting dalam mendorong adopsi teknologi digital oleh UMKM. Pemerintah diharapkan dapat menyediakan program pelatihan, pendampingan, dan insentif yang lebih baik bagi UMKM untuk membantu mereka dalam proses transformasi digital. Dengan dukungan yang tepat, UMKM bisa lebih siap untuk beradaptasi dengan perubahan yang dibawa oleh era digital.

Kepercayaan terhadap Teknologi Digital: Masih banyak UMKM yang meragukan keamanan dan privasi data dalam penggunaan teknologi digital. Ketidakpastian ini menyebabkan mereka enggan untuk berinvestasi dalam teknologi digital dan memanfaatkan potensi yang ada. Membangun kepercayaan terhadap teknologi digital adalah langkah penting untuk mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk beralih ke solusi digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Digitalisasi telah menjadi pendorong utama dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, memberikan berbagai peluang yang signifikan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi. Proses digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, melalui platform e-commerce dan media sosial. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga meningkatkan potensi penjualan secara drastis. Selain itu, digitalisasi juga berkontribusi pada efisiensi operasional UMKM. Dengan mengintegrasikan teknologi dalam berbagai aspek bisnis, seperti manajemen inventaris, pemrosesan pesanan, dan layanan pelanggan, UMKM dapat mengurangi biaya dan meminimalkan kesalahan manusia. Otomatisasi proses ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempercepat respons terhadap perubahan permintaan pasar.

Meskipun demikian, transformasi digital tidak tanpa tantangan. Keterbatasan akses terhadap teknologi dan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, serta kurangnya dukungan dari pemerintah menjadi hambatan signifikan yang harus diatasi. Selain itu, ketidakpastian terkait keamanan data juga menyebabkan banyak pelaku UMKM ragu untuk berinvestasi dalam teknologi digital. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk menyediakan program pelatihan, dukungan teknis, dan insentif yang tepat agar UMKM dapat beradaptasi dengan cepat. Kesimpulannya, digitalisasi merupakan langkah strategis yang krusial bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan memanfaatkan peluang yang ada, serta mengatasi tantangan yang dihadapi, UMKM dapat bertransformasi menjadi entitas yang lebih kuat dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital. Melalui kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan UMKM itu sendiri, diharapkan pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan dapat tercapai, memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Astikarani, N. M. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Dan Inovatif Untuk Menarik Konsumen Umkm. *Jurnal Ekonomi Hindu*.
- Budiman, N. A. (2023). Peningkatan Efisiensi Energi Pada Umkm Omah Iwak Dengan Penerapan Prinsip Akuntansi Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Kbp*.
- Firdausya, L. Z. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 21 Micro, Small And Medium Enterprises (Msme) The Digital Age Of The 21st Century. *Talijagad*.
- Friska, N. L. (2024). Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan Umkm Di Negara Berkembang. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*.
- Hamdan. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusamba*.
- Hendrawan, S. A. (2019). Digital Transformation In Msmes: Challenges And Opportunities In Technology Managemen. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*.
- Hutagaol, A. D. (2024). Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Umkm Di Kota Medan. *Ekuionomi: Jurnal Ekonomi Pembangunan V*.
- Juliantari, H. I. (2024). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Umkm . *Seminar Nasional Paedagoria Seminar Nasional Paedagoria*.
- Kanan, K.-D. U. (2021). *Buku Saku : Digitalisasi Umkm*. Medan.
- Maisaroh, R. S. (2024). Praktik Transformasi Digital Bisnis Umkm: Studi Kasus Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Sleman (Ipas). *Journal Of Society Bridge*.
- Ndraha, A. B. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Umkm Di Era Industri 4.0. *Jukoni: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*.
- Nugroho, R. H. (2020). Strategi Pemberdayaan Umkm Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia (Jbi)*.
- Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi Digital Dan Pertumbuhan Umkm: Analisis Dampak Teknologi Pada Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*.
- Vũ Thị Tình, A. N. (2024). Opportunities And Challenges In Digital Transformation For Vietnamese Enterprises. *International Journal Of Progressive Sciences And Technologies (Ijpsat)*.
- Wijaya, B. H. (2022). *Digitalisasi Umkm Guna Meningkatkan Perekonomian Nasional*.