

Transformasi Digital Sebagai Urgensi Strategis untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Indonesia: Peran Kapabilitas Teknologi dan Orientasi Kewirausahaan

Supriyono¹ ✉

¹Universitas Bakti Indonesia

Abstrak

Transformasi digital telah menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlanjutan dan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM, dengan fokus pada peran kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan. Kajian konseptual dan tinjauan kasus terkini menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengadopsi digitalisasi secara menyeluruh mengalami peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, serta ketahanan usaha yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang masih mengandalkan metode konvensional. Kapabilitas teknologi memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen bisnis secara optimal, sedangkan orientasi kewirausahaan yang inovatif dan proaktif memperkuat kemampuan adaptasi dan pemanfaatan teknologi digital. Fenomena pascapandemi COVID-19 mempertegas urgensi digitalisasi, karena UMKM yang siap secara digital mampu bertahan dan bahkan berkembang, sedangkan yang konvensional mengalami penurunan signifikan. Artikel ini juga mengidentifikasi berbagai hambatan dalam digitalisasi UMKM, termasuk keterbatasan literasi digital, modal, dan dukungan infrastruktur, serta menegaskan perlunya dukungan ekosistem yang memadai. Temuan ini memiliki implikasi teoretis dan praktis, antara lain memperkuat literatur tentang hubungan antara kapabilitas teknologi, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMKM, sekaligus memberikan panduan bagi pelaku UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan untuk mempercepat digitalisasi yang efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *kewirausahaan, transformasi digital, umkm*

Abstract

For Digital transformation has become a crucial factor in determining the sustainability and performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. This article aims to analyze the impact of digital transformation on MSME performance, with a particular focus on the role of technological capability and entrepreneurial orientation. Conceptual analysis and recent case studies indicate that MSMEs that fully adopt digitalization experience higher operational efficiency, broader market access, and greater business resilience compared to those relying on conventional methods. Technological capability enables business actors to optimally utilize e-commerce platforms, social media, digital payment systems, and business management applications, while an innovative and proactive entrepreneurial orientation strengthens adaptation and effective utilization of digital technology. The post-COVID-19 pandemic phenomenon highlights the urgency of digitalization, as digitally prepared MSMEs have managed to survive and even grow, whereas conventional MSMEs suffered significant declines. This study also identifies several barriers to MSME digitalization, including limited

digital literacy, financial constraints, and inadequate infrastructure support, emphasizing the need for a supportive ecosystem. The findings have both theoretical and practical implications, reinforcing the literature on the relationship between technological capability, entrepreneurial orientation, and MSME performance, and providing guidance for MSMEs, government agencies, and stakeholders to accelerate effective and sustainable digital transformation.

Keywords: *digital transformation, entrepreneurial, MSME*

Copyright (c) 2019 Nama Penulis

✉ Corresponding author :

Email Address : supriyono@ubibanyuwangi.ac.id

Received tanggal bulan tahun, Accepted tanggal bulan tahun, Published tanggal bulan tahun

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, sebuah status yang tidak hanya bersifat simbolis, tetapi didukung oleh data makroekonomi yang konsisten dari tahun ke tahun (Khumairo, Hersiyah, & Mashudi, 2025; Sofyan, 2017). Berbagai laporan resmi menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari separuh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional (Novitasari, 2022). Hal ini menegaskan bahwa UMKM memainkan peranan vital dalam menjaga stabilitas perekonomian, meningkatkan inklusi ekonomi, serta memperluas kesempatan kerja di berbagai daerah, termasuk wilayah-wilayah yang belum terjangkau industri besar. Selain itu, UMKM menjadi pilar penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional karena sifatnya yang adaptif, tersebar luas, dan relatif fleksibel dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Kiswandi, Setiawan, & Ghifari, 2023). Namun, kekuatan ini berhadapan dengan tantangan besar yang semakin meningkat dari waktu ke waktu. Dinamika globalisasi, perubahan pola produksi, serta perkembangan teknologi digital yang cepat membuat UMKM berada pada titik kritis yang menentukan apakah mereka akan tetap relevan atau tertinggal dalam arus kompetisi (Yolanda & Hasanah, 2024).

Percepatan digitalisasi dalam satu dekade terakhir telah mengubah hampir seluruh aspek aktivitas ekonomi dan bisnis (Togatorop, Darmawan, & Hidayati, 2024). Proses produksi kini semakin mengandalkan teknologi otomatisasi, distribusi dipengaruhi oleh kemampuan logistik digital, sementara pemasaran dan interaksi dengan pelanggan semakin beralih ke platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan *marketplace* (Sofyan, 2017). Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor yang sangat menentukan. Konsumen modern memiliki preferensi terhadap kecepatan, kemudahan, transparansi informasi, dan pengalaman transaksi yang nyaman semua ini tidak lagi dapat dipenuhi secara optimal melalui metode bisnis tradisional (Hendra & Halbadika Fahlevi, 2024). Di sisi lain, tingkat kompetisi semakin ketat karena UMKM tidak hanya bersaing dengan sesama pelaku usaha kecil, tetapi juga dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih besar dan teknologi lebih maju, serta dengan pemain global yang memanfaatkan platform digital untuk menembus pasar lokal. Tantangan-tantangan tersebut menuntut UMKM untuk meningkatkan kemampuan adaptasi, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi digital yang kini menjadi standar baru dalam bisnis modern (Suvianti, Aprilia, Cahyati, & Saputri, 2025).

Fenomena pascapandemi COVID-19 semakin memperjelas urgensi transformasi digital bagi UMKM. Ketika pembatasan fisik diberlakukan dan aktivitas ekonomi menurun, UMKM yang sudah memiliki kemampuan digital, seperti pemanfaatan e-commerce, layanan pesan antar berbasis aplikasi, sistem pembayaran digital, dan pemasaran melalui media sosial, terbukti lebih mampu mempertahankan penjualan dan keberlangsungan usaha (Natania & Dwijayanti, 2024). Sebaliknya, banyak UMKM yang masih bertumpu pada sistem penjualan

offline mengalami penurunan pendapatan yang drastis, bahkan sebagian di antaranya tidak mampu bertahan. Studi-studi pascapandemi menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan tingkat resiliensi UMKM selama masa krisis (Kilay, Simamora, & Putra, 2022; Natania & Dwijayanti, 2024). Dengan demikian, pandemi menjadi titik balik yang memperlihatkan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar tambahan atau pilihan strategis, melainkan elemen fundamental bagi ketahanan usaha dalam situasi penuh ketidakpastian.

Sementara itu, ekosistem digital di Indonesia berkembang sangat pesat dan menciptakan peluang besar yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Pertumbuhan pengguna internet, penetrasi *smartphone* yang semakin tinggi, serta perluasan infrastruktur pembayaran digital telah membuka akses luas bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar baru (Sifa, Masruroh, Zulfa, Fitriani, & Aprianto, 2024). Platform *e-commerce* tumbuh dari tahun ke tahun, media sosial menjadi kanal pemasaran yang sangat efektif, dan berbagai aplikasi manajemen usaha mulai banyak digunakan untuk membantu aktivitas operasional, mulai dari pencatatan keuangan, manajemen inventori, hingga layanan pelanggan. Ekosistem ini semestinya menjadi pendorong utama akselerasi digital UMKM. Namun, kenyataannya masih terdapat kesenjangan signifikan antara potensi yang tersedia dengan tingkat adopsi teknologi oleh UMKM. Banyak pelaku UMKM menghadapi hambatan berupa kurangnya literasi digital, minimnya keahlian teknis dalam mengoperasikan aplikasi bisnis, keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi, hingga rendahnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang digitalisasi (Hidayat, 2025; Morisson & Fikri, 2025). Hambatan-hambatan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital UMKM tidak hanya membutuhkan sarana teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia dan dukungan kompetensi manajerial.

Sejumlah penelitian terdahulu memperkuat pemahaman bahwa keberhasilan adopsi digital pada UMKM dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan (Laziva & Atieq, 2024; Setiawan, Suryana, & Hendrayati, 2025; Sofyan, 2017). Kapabilitas teknologi mencakup kemampuan pemilik atau pengelola usaha dalam memahami, memilih, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif sesuai kebutuhan bisnis. Penelitian-penelitian mengenai adopsi teknologi menunjukkan bahwa UMKM dengan tingkat literasi digital lebih tinggi memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menerapkan teknologi baru dan memanfaatkan fitur digital secara optimal. Mereka juga lebih tanggap dalam menghadapi tantangan teknis serta lebih adaptif dalam memodifikasi proses bisnis agar sesuai dengan perkembangan teknologi. Di sisi lain, orientasi kewirausahaan yang dalam kajian entrepreneurship meliputi inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko terbukti memiliki hubungan positif dengan penerapan strategi digital. Pelaku usaha yang inovatif cenderung lebih terbuka terhadap ide-ide baru, termasuk pemanfaatan teknologi digital. Sikap proaktif memungkinkan mereka merespons perubahan pasar dengan cepat, sementara kemampuan mengambil risiko menjadikan mereka lebih berani mengadopsi teknologi baru meskipun masih terdapat ketidakpastian terkait hasilnya. Penelitian-penelitian mengenai orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki karakter kewirausahaan kuat lebih cepat bertransformasi secara digital dan lebih mampu menciptakan keunggulan kompetitif berbasis inovasi (Ananda & Mikhratunnisa, 2024; Rahayu Quientania, Games, & Rahman, 2025).

Dengan mempertimbangkan berbagai dinamika tersebut, menjadi jelas bahwa transformasi digital bukan sekadar fenomena tren sementara, tetapi sebuah kebutuhan mendesak yang menentukan kelangsungan dan keberlanjutan UMKM di era ekonomi baru. Tanpa kemampuan adaptasi yang memadai terhadap teknologi digital, UMKM berisiko kehilangan daya saing, kesulitan mempertahankan pelanggan, serta mengalami stagnasi pertumbuhan bahkan di tengah peluang pasar yang sangat besar. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong keberhasilan digitalisasi khususnya kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan menjadi sangat penting, baik dalam kajian akademik maupun dalam perumusan kebijakan strategis. Analisis

terhadap kedua faktor ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam merancang pendekatan yang lebih efektif untuk mempercepat transformasi digital UMKM, sehingga sektor ini tetap mampu menjadi penopang utama perekonomian Indonesia di masa mendatang.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur konseptual yang berfokus pada pengembangan argumentasi teoretis mengenai urgensi transformasi digital terhadap keberlanjutan UMKM, serta peran kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan dalam memperkuat proses digitalisasi tersebut. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan untuk menguji hipotesis secara empiris, melainkan untuk membangun pemahaman komprehensif melalui integrasi berbagai temuan penelitian terdahulu, fenomena aktual, serta dinamika ekosistem digital di Indonesia. Metode ini memungkinkan peneliti membangun kerangka pemikiran yang kuat dengan menelaah literatur akademik yang relevan dan memadukannya dengan perkembangan fenomena kontemporer di lapangan.

Sumber data penelitian sepenuhnya berasal dari data sekunder, yang meliputi artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional, laporan resmi pemerintah, publikasi lembaga riset ekonomi, serta hasil-hasil penelitian empiris yang membahas transformasi digital UMKM, kapabilitas teknologi, dan orientasi kewirausahaan. Pemilihan literatur dilakukan secara terarah dengan mempertimbangkan relevansi tematik, kebaruan temuan, serta tingkat kredibilitas publikasi. Proses identifikasi literatur diperoleh melalui penelusuran berbagai basis data ilmiah menggunakan kata kunci spesifik terkait digitalisasi UMKM, sehingga informasi yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang representatif terhadap isu penelitian. Analisis data dilakukan dengan mengadopsi pendekatan analisis tematik dan sintesis konsep. Setiap literatur yang terpilih dikaji secara mendalam untuk menemukan pola, hubungan, serta kecenderungan hasil penelitian yang berkaitan dengan variabel utama. Temuan-temuan tersebut kemudian disintesis ke dalam narasi argumentatif yang menjelaskan keterkaitan antara kapabilitas teknologi, orientasi kewirausahaan, dan transformasi digital terhadap peningkatan kinerja UMKM. Selain itu, proses analisis juga mempertimbangkan fenomena aktual, seperti percepatan digitalisasi pascapandemi dan perkembangan ekosistem digital Indonesia. Penggabungan antara temuan ilmiah dan realitas empiris ini diharapkan dapat menghasilkan argumentasi yang lebih kuat dan relevan.

Melalui pendekatan deskriptif-analitis ini, penelitian berupaya menghadirkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana transformasi digital menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena bergantung pada data sekunder dan belum melakukan pengujian empiris atas model konseptual yang dirumuskan. Meskipun demikian, hasil kajian konseptual ini diharapkan dapat menjadi landasan penting bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada pengujian empiris menggunakan metode kuantitatif, kualitatif, maupun mixed methods untuk memvalidasi hubungan antarvariabel secara lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian konseptual menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di Indonesia. Transformasi digital tidak sekadar menggantikan metode manual dengan teknologi, tetapi juga mencakup dimensi strategis yang lebih luas, termasuk kemampuan pelaku UMKM dalam membaca peluang pasar, memahami perilaku konsumen, mengelola pelanggan secara lebih efektif, dan menciptakan inovasi produk maupun layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Alviani, Studi, Fakultas, & Bangsa, 2025). Kajian literatur menegaskan bahwa UMKM yang

mampu menerapkan digitalisasi secara menyeluruh menunjukkan efisiensi operasional yang lebih tinggi, akses pasar yang lebih luas, serta daya tahan usaha yang lebih kuat dibandingkan mereka yang masih mengandalkan metode tradisional. Hal ini diperkuat oleh fenomena pascapandemi COVID-19, di mana UMKM yang telah memiliki kesiapan digital mampu mempertahankan omzet dan bahkan melakukan ekspansi, sedangkan yang masih konvensional menghadapi stagnasi atau penurunan signifikan (Angeline, Allister, Gunawan, & Prianto, 2022). Sebagai contoh, UMKM di sektor makanan dan minuman di Jakarta dan Bandung yang telah memanfaatkan platform *e-commerce* dan layanan *delivery online* berhasil mempertahankan penjualan mereka, sementara bisnis serupa yang hanya mengandalkan penjualan offline mengalami penurunan hingga 60% pada periode 2020–2021. Fenomena ini menegaskan bahwa digitalisasi telah menjadi faktor kritis yang menentukan keberlangsungan UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi modern.

Kajian mendalam menunjukkan bahwa kapabilitas teknologi merupakan faktor utama dalam keberhasilan transformasi digital. Kapabilitas ini mencakup kemampuan teknis untuk mengoperasikan perangkat digital, memahami fitur dan mekanisme platform *e-commerce*, memanfaatkan sistem pembayaran elektronik, media sosial, serta aplikasi manajemen usaha, sekaligus kemampuan strategis untuk mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam proses bisnis sehari-hari (Astuti, Roaini, Pratika, & Zulinda, 2025; Wijaya, Zunairoh, Izharuddin, & Rianawati, 2025). UMKM yang memiliki kapabilitas teknologi tinggi mampu mengoptimalkan pemanfaatan digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasional, dan mempercepat pengambilan keputusan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa UMKM dengan literasi digital tinggi cenderung lebih cepat mengadopsi inovasi digital, memanfaatkan fitur teknologi secara maksimal, dan menyesuaikan alur kerja bisnis dengan perkembangan teknologi yang terus berubah (Arjang, Ausat, & Prasetya, 2025; Morisson & Fikri, 2025). Sebaliknya, UMKM dengan kapabilitas teknologi rendah sering menghadapi kendala serius, mulai dari kesulitan memahami fitur aplikasi, salah memilih teknologi yang sesuai, hingga minimnya integrasi teknologi dalam operasional, yang berakibat pada lambatnya peningkatan kinerja usaha. Fenomena ini terlihat jelas pada UMKM di daerah-daerah terpencil seperti Sumatera Barat dan Nusa Tenggara Timur, di mana keterbatasan literasi digital dan infrastruktur menyebabkan sebagian UMKM masih bergantung pada metode manual untuk pemasaran dan pencatatan keuangan, sehingga pertumbuhan usaha menjadi terbatas.

Selain kapabilitas teknologi, orientasi kewirausahaan juga terbukti memainkan peran penting dalam memperkuat transformasi digital. Orientasi ini mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi baru, lebih cepat merespons peluang bisnis berbasis digital, serta lebih berani mencoba strategi digital meskipun menghadapi ketidakpastian (Setiadi, Purmono, Jaya, Afifah, & Setiawan, 2025; Ulan, Afifah, & Ramadhania, 2025). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang kuat berhubungan positif dengan kemampuan adaptasi dan inovasi, yang keduanya merupakan fondasi utama transformasi digital (Setiawan et al., 2025). Sebagai contoh, UMKM fashion di Yogyakarta yang berhasil memanfaatkan media sosial dan live shopping untuk menjual produk mereka menunjukkan bagaimana orientasi kewirausahaan yang inovatif dapat memperkuat adopsi teknologi dan meningkatkan daya saing, bahkan di pasar yang sangat kompetitif. Dengan kata lain, kemampuan teknis saja tidak cukup; mindset kewirausahaan yang inovatif dan proaktif menjadi penguat yang memungkinkan UMKM memaksimalkan potensi digital dan tetap relevan di pasar yang terus berubah.

Hasil kajian ini juga menyoroti manfaat digitalisasi bagi kinerja UMKM secara lebih spesifik. Digitalisasi memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi internal melalui otomatisasi proses administrasi, pengelolaan inventori, dan sistem pembukuan digital. Proses ini tidak hanya mengurangi kesalahan operasional dan mempercepat alur kerja, tetapi juga memberi ruang bagi pelaku usaha untuk fokus pada inovasi produk dan strategi pemasaran.

Selain itu, digitalisasi memperluas akses pasar secara signifikan, baik secara lokal maupun internasional, melalui platform *e-commerce*, *marketplace*, dan media sosial (Irianto, Hergastyasmawan, Korip, Daruy, & Gracyella, 2025; Zein, Alif, Nasution, Laksono, & Harun, 2025). UMKM kini dapat menjangkau konsumen lebih luas, membangun identitas merek yang lebih kuat, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui komunikasi digital yang lebih intensif dan responsif. Contohnya, UMKM kerajinan tangan di Solo yang sebelumnya hanya menjual secara lokal kini mampu mengeksport produknya ke Jepang dan Amerika Serikat melalui platform *e-commerce*, berkat pemanfaatan pemasaran digital dan sistem pembayaran online. Digitalisasi juga memungkinkan pengumpulan data pelanggan yang lebih efektif, sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen, meningkatkan peluang keberhasilan promosi, dan mendorong loyalitas pelanggan. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Namun, kajian ini juga menemukan sejumlah hambatan yang masih dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi. Keterbatasan literasi digital menjadi kendala utama, terutama bagi UMKM yang telah lama beroperasi dengan metode konvensional. Kendala modal juga mempengaruhi kemampuan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital, karena beberapa platform dan perangkat memerlukan investasi awal yang signifikan (Octiva, Haes, Fajri, Eldo, & Hakim, 2024). Selain itu, kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan digital, rendahnya motivasi untuk berubah, serta kurangnya dukungan ekosistem, termasuk kebijakan pemerintah dan infrastruktur digital yang merata, turut membatasi percepatan transformasi. Fenomena ini terlihat di daerah-daerah dengan akses internet terbatas, seperti di beberapa kabupaten di Kalimantan dan Papua, di mana meski kesadaran digital tinggi, keterbatasan jaringan dan infrastruktur menghambat UMKM untuk go digital secara optimal. Hambatan-hambatan tersebut menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia, orientasi kewirausahaan, dan dukungan lingkungan bisnis.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, penelitian ini memberikan beberapa implikasi teoretis yang signifikan. Pertama, penelitian ini memperkuat literatur mengenai hubungan antara kapabilitas teknologi dan kinerja UMKM, dengan menunjukkan bahwa kemampuan teknis yang dimiliki pelaku usaha berperan langsung dalam keberhasilan adopsi teknologi digital. Kedua, penelitian ini menegaskan peran orientasi kewirausahaan sebagai variabel moderasi yang memperkuat dampak transformasi digital terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, studi ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori manajemen UMKM, digitalisasi, dan kewirausahaan, dengan menekankan pentingnya kombinasi antara kemampuan teknis dan mental kewirausahaan dalam menghadapi era digital. Ketiga, penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak dapat dipisahkan dari konteks adaptasi strategis UMKM, sehingga memperluas pemahaman teoritis tentang bagaimana faktor internal (kapabilitas teknologi, orientasi kewirausahaan) dan faktor eksternal (ekosistem digital, perilaku konsumen) saling berinteraksi untuk meningkatkan kinerja usaha.

Selain implikasi teoretis, penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi pemangku kepentingan. Bagi pelaku UMKM, temuan ini menekankan pentingnya pengembangan kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan untuk mempercepat digitalisasi. Pelatihan, pendampingan, dan peningkatan literasi digital menjadi langkah praktis yang harus dilakukan secara berkelanjutan. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini menggarisbawahi perlunya kebijakan yang mendukung akselerasi digitalisasi UMKM, termasuk penyediaan infrastruktur digital, program pelatihan berbasis teknologi, dan insentif bagi UMKM yang mengadopsi digitalisasi. Bagi lembaga pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, penelitian ini menunjukkan perlunya kurikulum yang menggabungkan kemampuan teknis digital dan pengembangan sikap kewirausahaan yang inovatif, sehingga pelaku usaha tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga mampu mengambil keputusan strategis berbasis data. Secara keseluruhan, implikasi praktis ini menunjukkan

bahwa transformasi digital UMKM merupakan tanggung jawab kolektif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung keberhasilan digitalisasi secara berkelanjutan.

Dengan mempertimbangkan seluruh temuan, kajian ini menegaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar tren, melainkan kebutuhan strategis yang menentukan keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital. Keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan, serta dukungan ekosistem yang memadai. Meskipun tantangan seperti literasi digital, keterbatasan modal, dan kendala infrastruktur masih ada, manfaat yang dihasilkan digitalisasi – mulai dari efisiensi operasional, perluasan pasar, hingga peningkatan daya saing – menunjukkan bahwa upaya akselerasi digitalisasi UMKM merupakan langkah strategis yang wajib dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan landasan teoretis dan panduan praktis bagi pelaku UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong transformasi digital yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Transformasi digital terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memengaruhi aspek operasional, tetapi juga mencakup dimensi strategis, seperti kemampuan membaca peluang pasar, mengelola pelanggan, dan menciptakan inovasi produk atau layanan. UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi secara menyeluruh menunjukkan efisiensi operasional yang lebih tinggi, akses pasar yang lebih luas, serta ketahanan dan daya saing usaha yang lebih baik dibandingkan yang masih mengandalkan metode tradisional. Fenomena pascapandemi COVID-19 memperkuat urgensi digitalisasi, karena UMKM yang telah go digital terbukti lebih mampu bertahan dan bahkan berkembang di tengah ketidakpastian ekonomi, sementara UMKM konvensional mengalami penurunan signifikan.

Kapabilitas teknologi dan orientasi kewirausahaan menjadi dua faktor internal yang paling menentukan keberhasilan transformasi digital. Kapabilitas teknologi memungkinkan UMKM mengoperasikan perangkat digital, memanfaatkan platform e-commerce, sistem pembayaran elektronik, media sosial, dan aplikasi manajemen usaha secara optimal, sehingga proses bisnis menjadi lebih efisien dan keputusan usaha lebih tepat waktu. Sementara itu, orientasi kewirausahaan, yang mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko, memperkuat adopsi teknologi dan mendorong UMKM untuk lebih responsif terhadap peluang pasar yang terus berubah. Kombinasi kedua faktor ini memungkinkan UMKM tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga melakukan transformasi strategis yang berkelanjutan.

Kajian ini juga menyoroti manfaat nyata digitalisasi bagi UMKM, antara lain: peningkatan efisiensi internal melalui otomatisasi administrasi dan manajemen inventori, perluasan akses pasar lokal maupun internasional, peningkatan interaksi dan loyalitas pelanggan, serta kemampuan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran berbasis data. Namun, digitalisasi UMKM tidak bebas dari tantangan, seperti keterbatasan literasi digital, modal, akses pelatihan, dukungan infrastruktur, dan resistensi terhadap perubahan, yang menegaskan perlunya dukungan ekosistem yang memadai.

Implikasi teoretis dari penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM merupakan fenomena multidimensional yang melibatkan interaksi antara kapabilitas teknologi, orientasi kewirausahaan, dan faktor eksternal seperti ekosistem digital dan perilaku konsumen. Secara praktis, temuan ini memberikan arahan bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan literasi digital dan mindset kewirausahaan, bagi pemerintah untuk menyediakan kebijakan dan infrastruktur pendukung, serta bagi lembaga pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan digital dan kewirausahaan.

Secara keseluruhan, transformasi digital bukan sekadar tren atau inovasi operasional, melainkan kebutuhan strategis yang menentukan keberlanjutan, daya saing, dan pertumbuhan UMKM di era ekonomi digital. Keberhasilan transformasi digital bergantung pada kombinasi kapabilitas teknologi, orientasi kewirausahaan, dan dukungan ekosistem yang memadai. Dengan demikian, akselerasi digitalisasi UMKM harus menjadi prioritas bagi seluruh pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih tangguh, inovatif, dan berkelanjutan.

Referensi :

- Alviani, N. A., Studi, P., Fakultas, M., & Bangsa, U. B. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar berikut : pengumpulan dan karakterisasi data , analisis , interpretasi hasil , dan rekomendasi Data yang diperoleh mencakup data kualitatif melalui proses pemilihan dan penyederhanaan data. *Master Manajemen*, 3(1), 134-140.
- Ananda, N. A., & Mikhratunnisa, M. (2024). PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM: The Role of Competitive Advantage in Mediating the Influence of Entrepreneurial Orientation on MSME Performance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 18-23.
- Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). PENGEMBANGAN UMKM DIGITAL SEBAGAI UPAYA KETAHANAN BISNIS PASCA PANDEMI COVID-19 transformasi digital . Perubahan-perubahan itu terjadi untuk penyesuaian proses bisnis seperti. *Serina IV UNTAR*, (1), 85-92.
- Arjang, A., Ausat, A. M. A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Analisis Sinergi Inovasi Digital dan Fenomena FOMO dalam Dinamika Pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68-76. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14629>
- Astuti, S., Roaini, D., Pratika, E., & Zulinda, N. (2025). AKSELERASI TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL PADA PELAKU UMKM DI SEKTOR KULINER Sri. *Jurnal Transformasi Ekonomi Dan Inovasi Keuangan*, 9(3).
- Hendra, H., & Halbadika Fahlevi, A. (2024). Implementation of Good Corporate Governance (GCG) Principles in PDAM Tirta Ogan, Ogan Ilir District. *Iapa Proceedings Conference*, 187. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1052>
- Hidayat, R. (2025). Digitalisasi UMKM dan Peningkatan Daya Saing di Pasar Global. *Economics Note*, 1(1), 23-30.
- Irianto, E. D. O., Hergastyasmawan, A., Korip, Z. M., Daruy, F. C., & Gracyella, I. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran dan Penjualan Digital pada UMKM Pia Nazwa Samarinda. *Paramacitra: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 224-237.
- Khumairo, H., Hersiyah, & Mashudi. (2025). The Role of MSMEs in Driving Economic Growth and Income Equality in Indonesia. *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 22-32. Retrieved from <https://journals.gesociety.org/index.php/ekonomipedia/article/view/274>
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154-162. Retrieved from file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article Text-380-1-10-20180728-3.pdf
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan

- Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, 7, 1050–1079.
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN BAGI UMKM. *Jurnal TPendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 1–8.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(2), 184–204.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>
- Rahayu Quientania, F., Games, D., & Rahman, H. (2025). Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Inovasi, dan Transformasi Digital: Peran Kapabilitas Dinamis. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(4), 154–170. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1714>
- Setiadi, G., Purmono, B. B., Jaya, A., Afifah, N., & Setiawan, H. (2025). Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Market Orientation Terhadap Marketing Performance Pada UMKM di Indonesia. *ECo-Buss*, 8(1), 295–312. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2607>
- Setiawan, S. S., Suryana, & Hendrayati, H. (2025). Transformasi Digital dan Karakteristik Wirausaha sebagai Solusi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(2), 512–527. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.6345>
- Sifa, A., Masrurroh, I., Zulfa, M. A., Fitriani, S. N., & Aprianto, N. E. K. (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 405–413. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3239>
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59. Retrieved from [file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article Text-380-1-10-20180728-3.pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article%20Text-380-1-10-20180728-3.pdf)
- Suvianti, E., Aprilia, T. D., Cahyati, N. A., & Saputri, E. (2025). Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, 209–218.
- Togatorop, A. M. H., Darmawan, D. W., & Hidayati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Mencapai Keberlanjutan di Bidang Ekonomi dan Keuangan. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, 7, 16–31. Retrieved from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Ulan, Afifah, N., & Ramadhania. (2025). Kesuksesan UMKM di Era Digital dari; Perspektif Orientasi Kewirausahaan. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, 8, 84–103. Retrieved from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Wijaya, L. I., Zunairoh, Z., Izharuddin, M., & Rianawati, A. (2025). Scope of E-Commerce use, innovation capability, and performance: Food sector MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), 100459. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100459>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Zein, A. W., Alif, M., Nasution, R. P., Laksono, A., & Harun, F. R. N. (2025). Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Medan pada Kebijakan PemKot. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 116–127. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i2.5816>