

ANALISIS PERAN DIGITALISASI UMKM DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DAERAH DI INDONESIA

¹Divo Valentino Siboro, ²Josua Arnaldo Pane

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Medan

¹divosiboro1402@gmail.com, ²panejosua88@gmail.com

ABSTRAK

Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia di era ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi UMKM dalam meningkatkan produktivitas usaha, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing ekonomi daerah menggunakan pendekatan teori Difusi Inovasi Rogers (2003). Metode penelitian yang digunakan adalah kajian literatur (literature review) dengan memanfaatkan berbagai jurnal ilmiah, buku, dan data sekunder dari lembaga resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan produktivitas, pendapatan masyarakat, dan penciptaan lapangan kerja. Namun, transformasi digital UMKM masih menghadapi hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan kesenjangan akses internet. Oleh karena itu, diperlukan penguatan ekosistem digital melalui peningkatan literasi digital, dukungan infrastruktur, dan kebijakan pemerintah guna mempercepat transformasi digital UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: digitalisasi UMKM, pertumbuhan ekonomi daerah, ekonomi digital, difusi inovasi.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia.

UMKM berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong pemerataan pendapatan masyarakat di berbagai daerah.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional maupun daerah.

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong terjadinya transformasi ekonomi menuju ekonomi digital. Digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi dan revolusi industri 4.0. Digitalisasi UMKM dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi seperti marketplace, e-commerce, media sosial, pembayaran digital, serta aplikasi manajemen usaha untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan bisnis. Jambak dkk. (2026) menjelaskan bahwa digitalisasi telah menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan akses pasar, efisiensi

operasional, dan akses pembiayaan berbasis teknologi digital.

Transformasi digital UMKM semakin berkembang sejak meningkatnya penggunaan internet dan perubahan perilaku masyarakat yang cenderung melakukan aktivitas ekonomi secara digital. Kehadiran berbagai platform digital seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, serta layanan pembayaran digital seperti QRIS, GoPay, OVO, dan DANA memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk secara lebih efektif. Jambak dkk. (2026) menyatakan bahwa digitalisasi memungkinkan UMKM menjangkau pasar domestik maupun internasional yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial digital. Selain itu, digitalisasi juga membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses bisnis dan penggunaan aplikasi berbasis digital.

Dalam perspektif ekonomi pembangunan, digitalisasi UMKM memiliki pengaruh penting terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Peningkatan produktivitas usaha, perluasan pasar, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penciptaan lapangan kerja menjadi indikator bahwa digitalisasi UMKM mampu memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal. Mutiarani dkk. (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi UMKM berperan dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha sehingga dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan struktur ekonomi daerah secara lebih inklusif dan berkelanjutan.

Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital juga mendorong perubahan pola bisnis UMKM dari sistem konvensional menuju sistem berbasis teknologi. Pradana dkk. (2024) menyatakan bahwa transformasi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran, inovasi usaha, dan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Digitalisasi

memungkinkan pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran secara online, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mempercepat proses transaksi dan distribusi produk. Dengan demikian, digitalisasi menjadi strategi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan ekonomi yang semakin kompetitif.

Meskipun digitalisasi memberikan berbagai manfaat, proses transformasi digital UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan. Rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, kurangnya keterampilan sumber daya manusia (SDM), serta akses internet yang belum merata menjadi tantangan utama dalam implementasi digitalisasi UMKM. Fadli dan Laksamana (2025) menjelaskan bahwa hambatan utama transformasi digital UMKM meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, keterampilan SDM yang terbatas, dan akses internet yang belum merata, terutama di daerah non-metropolitan. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM di Indonesia masih belum merata antar daerah.

Selain hambatan internal, UMKM juga menghadapi tantangan eksternal berupa tingginya biaya teknologi, persaingan pasar digital, dan keterbatasan infrastruktur pendukung. Namun demikian, peluang digitalisasi UMKM di Indonesia masih sangat besar seiring meningkatnya tren belanja online dan dukungan pemerintah terhadap transformasi digital UMKM. Fadli dan Laksamana (2025) menyebutkan bahwa tren belanja online, dukungan pemerintah, serta ketersediaan platform digital yang murah dan mudah diakses menjadi peluang besar dalam mempercepat transformasi digital UMKM. Oleh karena itu, penguatan ekosistem digital, peningkatan literasi digital, dan dukungan kebijakan pemerintah menjadi faktor penting dalam mempercepat proses digitalisasi UMKM di Indonesia.

Dalam penelitian ini, teori Difusi Inovasi dari Rogers (2003) digunakan sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan proses adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM. Rogers (2003) menyatakan bahwa difusi inovasi merupakan proses penyebaran suatu

inovasi melalui saluran komunikasi tertentu dalam jangka waktu tertentu di dalam suatu sistem sosial. Dalam konteks penelitian ini, digitalisasi UMKM merupakan bentuk inovasi teknologi yang diadopsi pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada pengaruh digitalisasi terhadap kinerja internal UMKM, seperti pemasaran digital, efisiensi operasional, dan peningkatan daya saing usaha. Sementara itu, kajian yang membahas secara komprehensif mengenai peran digitalisasi UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana digitalisasi UMKM dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan produktivitas usaha, perluasan pasar, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi lokal di Indonesia.

B. KAJIAN TEORITIS

Teori Difusi Inovasi dikemukakan oleh Everett M. Rogers dalam bukunya *Diffusion of Innovations* yang menjelaskan proses penyebaran dan penerimaan suatu inovasi dalam masyarakat melalui saluran komunikasi tertentu. Rogers (2003) mendefinisikan difusi inovasi sebagai proses penyebaran inovasi dalam jangka waktu tertentu di dalam suatu sistem sosial. Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana teknologi baru dapat diterima dan diterapkan oleh masyarakat maupun pelaku usaha dalam aktivitas ekonomi.

Dalam konteks penelitian ini, teori difusi inovasi digunakan untuk menjelaskan proses adopsi teknologi digital oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi UMKM melalui penggunaan marketplace, e-commerce, media sosial, dan pembayaran digital merupakan bentuk inovasi yang bertujuan meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing usaha. Rogers (2003) menjelaskan bahwa keberhasilan suatu inovasi dipengaruhi oleh proses penerimaan dan penerapan inovasi

tersebut oleh pengguna dalam lingkungan sosial dan ekonomi.

Rogers (2003) juga menjelaskan bahwa proses adopsi inovasi terdiri atas beberapa tahapan, yaitu *knowledge*, *persuasion*, *decision*, *implementation*, dan *confirmation*. Dalam proses tersebut, pelaku UMKM mulai mengenal teknologi digital, mempertimbangkan manfaatnya, memutuskan untuk mengadopsi teknologi, hingga menerapkannya dalam kegiatan usaha. Penggunaan teknologi digital pada UMKM di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan internet, marketplace, dan sistem pembayaran digital. Jambak dkk. (2026) menjelaskan bahwa digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing usaha melalui platform digital.

Selain memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha, digitalisasi UMKM juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan produktivitas, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Mutiarani dkk. (2025) menyatakan bahwa digitalisasi

UMKM mampu meningkatkan produktivitas dan memperkuat daya saing ekonomi daerah di Indonesia. Namun demikian, proses transformasi digital UMKM masih menghadapi berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan keterbatasan sumber daya manusia. Oleh karena itu, dukungan pemerintah dan penguatan ekosistem digital menjadi faktor penting dalam mempercepat adopsi teknologi digital pada UMKM di Indonesia.

C. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian literatur (*literature review*) untuk menganalisis peran digitalisasi UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel penelitian, serta data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan penelusuran literatur yang berkaitan

dengan digitalisasi UMKM, ekonomi digital, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Literatur dipilih berdasarkan relevansi topik, keterkaitan dengan teori Difusi Inovasi Rogers (2003), serta tahun publikasi terbaru pada periode 2020–2026.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi Rogers (2003) sebagai landasan teoritis untuk menganalisis proses adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM. Selain itu, validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil penelitian dan data dari berbagai referensi yang relevan guna memperoleh pemahaman yang sistematis mengenai peran digitalisasi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Digitalisasi UMKM di Indonesia

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah

mendorong terjadinya transformasi ekonomi digital di berbagai sektor, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi UMKM menjadi salah satu bentuk adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital. Pemanfaatan marketplace, media sosial, e-commerce, aplikasi pembayaran digital, dan platform bisnis berbasis internet telah menjadi bagian penting dalam aktivitas operasional UMKM di Indonesia.

Digitalisasi UMKM mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan teknologi digital di Indonesia. Kehadiran berbagai platform digital seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, TikTok Shop, serta sistem pembayaran digital seperti QRIS, OVO, GoPay, dan DANA memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk. Jambak dkk. (2026) menjelaskan bahwa perkembangan platform e-commerce memungkinkan UMKM menjangkau pasar domestik

maupun internasional yang lebih luas sehingga meningkatkan potensi penjualan dan daya saing usaha. Selain itu, digitalisasi juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam melakukan transaksi secara cepat, efisien, dan fleksibel.

Perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia semakin meningkat sejak terjadinya pandemi COVID-19 yang mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju aktivitas ekonomi berbasis digital. Pembatasan aktivitas sosial menyebabkan masyarakat lebih banyak melakukan transaksi secara online sehingga pelaku UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital agar dapat mempertahankan usahanya. Pradana dkk. (2024) menyatakan bahwa transformasi digital menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing UMKM di era digital karena penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas interaksi dengan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, tetapi telah menjadi

kebutuhan bagi UMKM untuk tetap bertahan dalam persaingan ekonomi modern.

Dalam perspektif ekonomi pembangunan, perkembangan digitalisasi UMKM memiliki kontribusi penting terhadap penguatan ekonomi daerah. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan UMKM meningkatkan produktivitas usaha, memperluas akses pasar, serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Mutiarani dkk. (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi UMKM mampu meningkatkan produktivitas lokal dan memperkuat daya saing usaha sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Dengan meningkatnya aktivitas ekonomi berbasis digital, UMKM dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi masyarakat secara lebih inklusif.

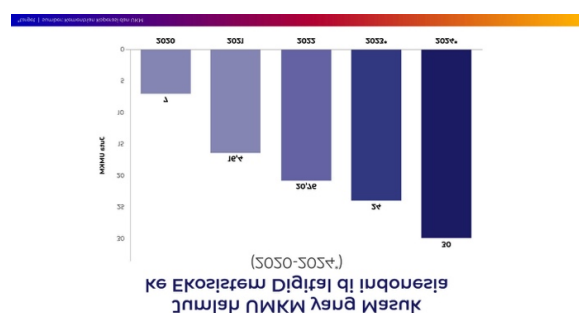
Selain memberikan peluang ekonomi, perkembangan digitalisasi UMKM juga didukung oleh berbagai program pemerintah dalam mempercepat transformasi digital sektor

usaha kecil dan menengah. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM RI terus mendorong program UMKM Go Digital sebagai upaya meningkatkan daya saing dan adaptasi teknologi pada UMKM Indonesia. Program tersebut dilakukan melalui pelatihan digital, pendampingan usaha, perluasan akses pembiayaan digital, serta pengembangan ekosistem ekonomi digital bagi pelaku UMKM.

Di sisi lain, perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait ketimpangan akses teknologi dan literasi digital antar daerah. Fadli dan Laksamana (2025) menjelaskan bahwa keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya kemampuan teknologi, dan akses internet yang belum merata menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM, khususnya di wilayah non-metropolitan. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat adopsi teknologi digital antar pelaku UMKM di Indonesia masih belum merata sehingga diperlukan dukungan pemerintah dan

pemangku kepentingan dalam memperkuat ekosistem digital nasional.

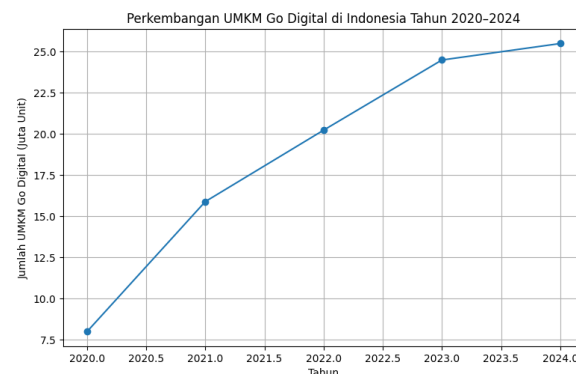
Berdasarkan teori Difusi Inovasi Rogers (2003), perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia menunjukkan adanya proses penyebaran inovasi teknologi dalam sistem sosial dan ekonomi masyarakat. Adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM terjadi melalui tahapan pengenalan, penerimaan, implementasi, hingga evaluasi terhadap manfaat teknologi digital dalam kegiatan usaha. Semakin tinggi tingkat penerimaan inovasi digital oleh UMKM, maka semakin besar pula peluang peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi daerah di era ekonomi digital.



Gambar 1. Jumlah UMKM di Indonesia

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI, jumlah UMKM

yang terhubung dengan ekosistem digital mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada sektor UMKM berkembang seiring meningkatnya penggunaan marketplace, media sosial, dan sistem pembayaran digital dalam aktivitas usaha. Peningkatan adopsi teknologi digital tersebut menunjukkan adanya proses difusi inovasi sebagaimana dijelaskan oleh Rogers (2003), di mana pelaku UMKM mulai menerima dan mengimplementasikan teknologi digital sebagai strategi peningkatan daya saing usaha.



Gambar 2. Perkembangan UMKM Go Digital di Indonesia Tahun 2020–2024

Berdasarkan Gambar 1, jumlah UMKM yang terhubung dengan

ekosistem digital di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan selama periode 2020–2024. Pada tahun 2020, jumlah UMKM go digital tercatat sekitar 8 juta unit dan terus meningkat menjadi 25,5 juta unit pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital pada sektor UMKM berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan marketplace, media sosial, dan sistem pembayaran digital dalam aktivitas usaha. Perkembangan ini juga menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital. Dalam perspektif teori Difusi Inovasi Rogers (2003), peningkatan jumlah UMKM go digital menunjukkan bahwa proses adopsi inovasi teknologi pada pelaku usaha semakin berkembang dan diterima secara luas dalam sistem ekonomi masyarakat Indonesia.

Adopsi Teknologi Digital pada UMKM Berdasarkan Teori Difusi Inovasi

Perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan adopsi teknologi digital dalam kegiatan usaha masyarakat. Penggunaan marketplace, media sosial, e-commerce, dan pembayaran digital menjadi bentuk inovasi yang dimanfaatkan pelaku UMKM untuk meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing usaha. Dalam penelitian ini, proses adopsi teknologi digital dianalisis menggunakan Teori Difusi Inovasi Rogers (2003).

Menurut Rogers (2003), difusi inovasi merupakan proses penyebaran inovasi melalui saluran komunikasi tertentu dalam suatu sistem sosial. Dalam konteks UMKM, digitalisasi merupakan bentuk inovasi teknologi yang diterapkan untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital. Proses adopsi teknologi tersebut terjadi melalui beberapa tahapan mulai dari pengenalan teknologi hingga penerapan dalam kegiatan usaha.

Penggunaan teknologi digital pada UMKM di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan platform digital. Jambak dkk. (2026) menjelaskan bahwa digitalisasi memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial sehingga mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing usaha. Selain itu, penggunaan marketplace dan sistem pembayaran digital juga membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi transaksi dan operasional bisnis.

Meskipun demikian, proses adopsi teknologi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, dan keterbatasan sumber daya manusia. Fadli dan Laksamana (2025) menjelaskan bahwa keterbatasan akses teknologi dan kemampuan digital menjadi tantangan utama dalam transformasi digital UMKM, terutama di daerah non-metropolitan. Oleh karena itu, dukungan pemerintah melalui pelatihan digital, pengembangan

infrastruktur teknologi, dan program UMKM Go Digital menjadi faktor penting dalam mempercepat adopsi teknologi digital pada UMKM di Indonesia. **Dampak Digitalisasi terhadap Kinerja UMKM**

Digitalisasi UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya meningkatkan kinerja usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi lokal. Dalam perspektif ekonomi pembangunan, digitalisasi UMKM menjadi strategi penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu kontribusi utama digitalisasi UMKM adalah peningkatan produktivitas usaha dan pendapatan masyarakat. Penggunaan marketplace, media sosial, dan pembayaran digital membantu pelaku UMKM memperluas pasar hingga tingkat nasional maupun internasional. Mutiarani dkk. (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi UMKM

berperan dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha sehingga dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu, perkembangan bisnis digital juga menciptakan peluang kerja baru dan memperkuat aktivitas ekonomi masyarakat di berbagai daerah.

Digitalisasi UMKM juga mendukung pemerataan ekonomi melalui perluasan akses pasar, informasi, dan pembiayaan digital bagi pelaku usaha di daerah. Jambak dkk. (2026) menjelaskan bahwa perkembangan platform digital memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan potensi pertumbuhan usaha. Dengan meningkatnya kualitas dan daya saing UMKM, kontribusi sektor usaha kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi daerah diperkirakan akan terus meningkat.

Meskipun demikian, kontribusi digitalisasi UMKM masih menghadapi berbagai hambatan seperti ketimpangan akses internet, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan infrastruktur teknologi. Dalam perspektif Teori Difusi Inovasi

Rogers (2003), semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi digital oleh pelaku UMKM, maka semakin besar peluang peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia.

Hambatan Transformasi Digital UMKM

Meskipun digitalisasi memberikan berbagai manfaat bagi perkembangan UMKM, proses transformasi digital di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi digital pelaku usaha, khususnya di daerah pedesaan dan non-metropolitan. Keterbatasan kemampuan dalam menggunakan marketplace, media sosial, dan sistem pembayaran digital menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Fadli dan Laksamana (2025) menjelaskan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu faktor utama yang menghambat transformasi digital UMKM di Indonesia.

Selain literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi dan akses internet juga menjadi tantangan dalam digitalisasi UMKM. Akses internet yang

belum merata, tingginya biaya teknologi, serta keterbatasan modal usaha menyebabkan proses adopsi teknologi digital berjalan lebih lambat di beberapa daerah. Di sisi lain, keterbatasan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan persaingan pasar digital yang semakin ketat juga menjadi hambatan dalam pengembangan UMKM berbasis digital. Pradana dkk. (2024) menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital dipengaruhi oleh kemampuan SDM dan kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

Dalam perspektif Teori Difusi Inovasi Rogers (2003), hambatan transformasi digital menunjukkan bahwa proses adopsi inovasi tidak selalu berlangsung secara cepat dan merata. Namun demikian, peluang pengembangan digitalisasi UMKM di Indonesia masih sangat besar seiring meningkatnya penggunaan internet, perkembangan ekonomi digital, dan dukungan pemerintah terhadap program UMKM Go Digital. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam

memperkuat literasi digital serta pengembangan infrastruktur teknologi bagi UMKM di Indonesia.

Strategi Penguatan Ekosistem Digital UMKM

Penguatan ekosistem digital UMKM menjadi langkah penting dalam mendukung transformasi digital dan pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia. Ekosistem digital yang kuat dapat membantu UMKM meningkatkan kemampuan adaptasi teknologi, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan UMKM digital secara berkelanjutan.

Salah satu strategi utama adalah peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan marketplace, media sosial, serta pembayaran digital bagi pelaku UMKM. Selain itu, pengembangan infrastruktur teknologi dan pemerataan akses internet juga diperlukan untuk mengurangi kesenjangan digital antar daerah. Dukungan akses pembiayaan

digital seperti fintech dan layanan pembayaran digital turut membantu UMKM mempercepat proses transformasi digital usaha.

Kolaborasi antara pemerintah dan platform digital juga menjadi strategi penting dalam memperluas akses pasar dan pemasaran produk UMKM. Dalam perspektif Teori Difusi Inovasi Rogers (2003), dukungan teknologi, akses informasi, dan lingkungan sosial yang baik dapat mempercepat proses adopsi inovasi digital pada UMKM. Oleh karena itu, penguatan ekosistem digital melalui peningkatan literasi, infrastruktur, inovasi usaha, dan dukungan kebijakan pemerintah diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia.

D. KESIMPULAN

Digitalisasi UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia melalui peningkatan produktivitas usaha, perluasan akses pasar, peningkatan efektivitas pemasaran, serta penciptaan lapangan kerja. Pemanfaatan teknologi digital seperti marketplace, media sosial,

e-commerce, dan sistem pembayaran digital membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital. Berdasarkan teori Difusi Inovasi Rogers (2003), proses digitalisasi UMKM menunjukkan adanya tahapan adopsi inovasi teknologi yang mempengaruhi perubahan perilaku usaha dan aktivitas ekonomi masyarakat. Semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi digital oleh pelaku UMKM, maka semakin besar kontribusinya terhadap penguatan ekonomi lokal dan pertumbuhan ekonomi daerah secara inklusif dan berkelanjutan.

Meskipun digitalisasi memberikan berbagai manfaat bagi perkembangan UMKM dan ekonomi daerah, proses transformasi digital masih menghadapi berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, keterbatasan modal usaha, dan kesenjangan akses internet antar wilayah. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan ekosistem digital melalui peningkatan literasi digital, pemerataan infrastruktur teknologi, perluasan akses pembiayaan digital,

serta dukungan kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM berbasis teknologi. Dengan adanya dukungan tersebut, digitalisasi UMKM diharapkan mampu menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat pembangunan ekonomi daerah dan meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2021). Tantangan transformasi digital bagi kemajuan perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil*. Diakses dari [Jurnal At-Tamwil – Transformasi Digital dan Ekonomi Indonesia](#)
- Badan Pusat Statistik. (2025). Data pertumbuhan ekonomi dan UMKM Indonesia. <https://www.bps.go.id/id>
- Fadli, M., & Laksamana, R. (2025). Strategi transformasi digital UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Jambak, A., Harahap, M., & Siregar, R. (2026). Digitalisasi UMKM dan dampaknya terhadap pengembangan ekonomi lokal di Indonesia: Kajian literatur. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2025). Program UMKM Go Digital dan perkembangan UMKM Indonesia. Diakses dari [Kementerian Koperasi dan UKM RI](#)
- Morisson, B. (2025) Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. (2025). *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 18(1), 289-299.
<https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Mutiarani, Royani, N., Mitasari, D., Masitoh, G., & Fitri, T. I. (2025). Analisis dampak digitalisasi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Indonesia. *Jurnal Studi Ekonomi (JSE)*. Diakses dari [JSE Journal – Analisis Dampak Digitalisasi UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal di Indonesia](#)
- Nasution, A., Sari, R. P., & Putra, M. H. (2021). *Digital transformation and its impact on MSMEs performance in Indonesia*. Diakses dari [Google Scholar – Digital Transformation and MSMEs Performance](#)
- Pradana, M. R. A., Parella, E., Putra, N. P., & Junaidi. (2024). Dampak transformasi digital pada kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Relevansi*. Diakses dari [Jurnal Relevansi – Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia](#)

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press. Diakses dari [Google Books – Diffusion of Innovations](#)
- World Bank. (2021). *Indonesia digital economy assessment*. Diakses dari [World Bank – Indonesia Digital Economy Assessment](#)