

Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM di Indonesia (Studi Literature Review)

Moh Hamzah¹, Ririn Filda Yanti Ningsih^{2*}, Usasilah Faria Z.A³, Milin Umroatul Ummah⁴, Laily Fitriya⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Ekonomi, Universitas Nurul Jadid, Indonesia
Surat-e: ririnfildayanti42@gmail.com

ABSTRACT

This research explores the challenges and opportunities faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in implementing information technology (IT) and digitalization. Through a qualitative approach with in-depth interviews with MSME owners and managers in various sectors, the results show that MSMEs experience a number of obstacles such as limited financial resources, lack of technological knowledge, and inadequate infrastructure. However, the use of IT can increase efficiency, productivity and market access for MSMEs. External support such as technology training and subsidies from the government are important factors in overcoming this challenge. This research concludes that digital transformation is the key to increasing the competitiveness of MSMEs in the ever-growing digital era. It is hoped that the recommendations will help MSME owners and policy makers formulate strategies to support IT adoption effectively.

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menerapkan teknologi informasi (TI) dan digitalisasi. Melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dengan pemilik dan manajer UMKM di berbagai sektor, hasilnya menunjukkan bahwa UMKM mengalami sejumlah hambatan seperti keterbatasan sumber daya keuangan, kurangnya pengetahuan teknologi, dan infrastruktur yang tidak memadai. Namun, penggunaan TI dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses pasar bagi UMKM. Dukungan eksternal seperti pelatihan teknologi dan subsidi dari pemerintah adalah faktor penting dalam mengatasi tantangan ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi digital adalah kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital yang terus berkembang. Diharapkan rekomendasi ini akan membantu pemilik UMKM dan pembuat kebijakan merumuskan strategi untuk mendukung adopsi TI secara efektif.

ARTICLE HISTORY

Received: 25 Desember 2024
Accepted: 26 Desember 2024
Published: 27 Desember 2024

KEYWORDS

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs); Information Technology; Digitalization; Challenges; Opportunities

KATA KUNCI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM); Teknologi Informasi; Digitalisasi; Tantangan; Peluang

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai penyumbang signifikan terhadap Produk Domestik

Bruto (PDB), tetapi juga sebagai sumber utama penciptaan lapangan kerja. Di era digital yang terus berkembang, UMKM menghadapi tantangan yang semakin kompleks akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Digitalisasi telah menjadi kebutuhan mendesak yang tidak dapat diabaikan, terutama setelah dampak pandemi COVID-19 yang mempercepat perubahan di berbagai sektor, mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kondisi yang baru. Digitalisasi diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan daya saing UMKM. Namun, banyak UMKM yang masih terhambat oleh berbagai kendala, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya keterampilan digital, dan infrastruktur yang tidak memadai.

Transformasi digital diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM. Namun, untuk mencapai potensi tersebut, banyak UMKM masih terhambat oleh berbagai kendala, termasuk keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya keterampilan digital, dan infrastruktur yang tidak memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi digitalisasi, serta memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi pemilik usaha dan pembuat kebijakan. Melalui pemahaman yang mendalam tentang perubahan lanskap bisnis akibat digitalisasi, diharapkan UMKM dapat meraih keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang di era yang semakin kompetitif ini.

KAJIAN TEORI

Keberlanjutan UKM

1. Teori Keberlanjutan (Sustainability Theory)

Teori ini menjelaskan bahwa keberlanjutan mencakup tiga dimensi utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Untuk UMKM, keberlanjutan tidak hanya berarti mempertahankan operasi bisnis secara ekonomis, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usaha mereka. Dengan mengadopsi praktik yang berkelanjutan, UMKM dapat meningkatkan reputasi mereka di kalangan konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan.

2. Teori Kapasitas Adaptif (Adaptive Capacity Theory)

Teori ini menekankan pentingnya kemampuan UMKM untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar, teknologi, dan kebijakan. Dalam konteks transformasi digital, UMKM yang memiliki kapasitas adaptif yang tinggi cenderung lebih berhasil dalam mengimplementasikan teknologi baru dan berinovasi, sehingga meningkatkan keberlanjutan jangka panjang mereka.

3. Teori Sistem Inovasi (Innovation System Theory)

Teori ini berfokus pada interaksi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta, dalam mendukung inovasi. Bagi UMKM, kolaborasi dengan institusi lainnya sangat penting untuk mengakses pengetahuan dan teknologi yang diperlukan untuk berinovasi, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan usaha mereka.

4. Teori Rantai Nilai (Value Chain Theory)

Teori ini diperkenalkan oleh Michael Porter dan menjelaskan bagaimana berbagai aktivitas dalam proses produksi dan distribusi menambah nilai pada produk akhir. UMKM dapat menerapkan analisis rantai nilai untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional serta dampak lingkungan, sehingga mencapai keberlanjutan.

5. Teori Triple Bottom Line (TBL)

Konsep ini menyatakan bahwa keberhasilan sebuah usaha tidak hanya diukur dari keuntungan finansial (profit) tetapi juga dari dampak sosial (people) dan lingkungan (planet). UMKM yang menerapkan prinsip TBL berfokus pada pencapaian keseimbangan antara ketiga aspek tersebut untuk mencapai keberlanjutan.

6. Teori Inovasi Terbuka (Open Innovation Theory)

Teori ini menunjukkan bahwa organisasi dapat dan seharusnya menggunakan ide-ide dari luar sebagai bagian dari proses inovasi mereka. Bagi UMKM, terlibat dalam jaringan inovasi yang lebih luas dapat membantu mereka mendapatkan akses terhadap pengetahuan, teknologi, dan pasar baru yang mendukung keberlanjutan usaha.

Transformasi Digital

1. Definisi dan Konsep Transformasi Digital: Transformasi digital mengacu pada integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis, yang mengubah cara perusahaan beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. Dalam kajian ini, transformasi digital bukan hanya sekadar adopsi teknologi, tetapi juga mengubah budaya organisasi dan proses kerja untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar.
2. Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK): TIK memainkan peran sentral dalam transformasi digital dengan meningkatkan efisiensi operasional, memungkinkan pengumpulan dan analisis data yang lebih baik, serta memperluas akses pasar melalui platform digital. Penerapan aplikasi e-commerce dianggap sangat penting bagi UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas.
3. Tantangan dalam Implementasi Transformasi Digital: Beberapa tantangan yang diidentifikasi dalam kajian-kajian tersebut termasuk keterbatasan akses teknologi, kurangnya keterampilan digital di kalangan tenaga kerja, dan kekhawatiran akan keamanan data. Selain itu, adanya hambatan finansial juga menjadi faktor penghambat dalam proses digitalisasi.
4. Dukungan dari Pemerintah dan Pemangku Kepentingan: Keterlibatan pemerintah dan lembaga pendidikan sangat penting dalam menyediakan infrastruktur yang memadai dan program pelatihan yang diperlukan untuk membantu UMKM dalam proses transformasi digital. Kolaborasi antara sektor publik dan swasta diharapkan dapat menciptakan ekosistem yang mendukung bagi UMKM.
5. Model dan Strategi untuk Transformasi Digital: Kajian teori juga membahas berbagai model transformasi digital yang dapat diterapkan oleh UMKM, termasuk strategi inovasi dan pengambilan keputusan berbasis data. UMKM diharapkan dapat memanfaatkan teknologi untuk memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan produk serta layanan mereka.
6. Dampak Transformasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis: Penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan bisnis, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing global. Oleh karena itu, transformasi digital dianggap krusial untuk keberlangsungan UMKM di era digital.

Tantangan Inovasi

1. Teori Inovasi Terbuka (Open Innovation): Dikemukakan oleh Henry Chesbrough, teori ini menekankan pentingnya kolaborasi antara organisasi dan pihak luar (seperti pelanggan, pemasok, dan lembaga penelitian) dalam proses inovasi. Tantangan yang sering dihadapi di

sini termasuk kesulitan dalam membangun kemitraan yang efektif dan hambatan dalam berbagi pengetahuan.

2. Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovations): Diperkenalkan oleh Everett Rogers, teori ini menjelaskan bagaimana, mengapa, dan dengan cara apa inovasi menyebar dalam masyarakat. Dalam konteks UMKM, tantangan yang dihadapi termasuk resistensi terhadap perubahan dari pemilik usaha dan karyawan, serta kesulitan dalam memahami dan menerapkan inovasi baru.
3. Model Kesuksesan Inovasi (Innovation Success Model): Beberapa penelitian menyarankan bahwa faktor-faktor seperti budaya organisasi, dukungan manajemen, dan kemampuan sumber daya manusia sangat mempengaruhi keberhasilan inovasi. Tantangan dalam hal ini seringkali melibatkan kekurangan sumber daya, keterampilan, dan pelatihan yang memadai.
4. Teori Keterbatasan Sumber Daya (Resource-Based View): Teori ini menyatakan bahwa inovasi sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya fisik, finansial, dan manusia yang dimiliki UMKM. Keterbatasan akses terhadap pendanaan dan teknologi menjadi tantangan signifikan yang sering menghalangi kemampuan untuk berinovasi.
5. Teori Manajemen Risiko: Inovasi sering diiringi dengan tingginya risiko, terutama dalam pasar yang dinamis. Teori ini menyoroti pentingnya manajemen risiko yang baik untuk membantu UMKM dalam membuat keputusan inovasi yang berani namun terukur. Tantangan di sini adalah ketidakpastian pasar dan potensi kegagalan saat mencoba inovasi baru.
6. Model Kapasitas Inovasi: Beberapa penelitian mendalami faktor-faktor yang membentuk kapasitas inovasi suatu organisasi. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM terdiri dari kurangnya pengetahuan dan keterampilan di bidang inovasi serta resistensi terhadap perubahan yang dapat menghambat proses inovasi.
7. Teori Sistem Inovasi: Pendekatan ini melihat inovasi sebagai bagian dari sistem yang melibatkan berbagai aktor, termasuk pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta. Tantangan dalam konteks ini dapat mencakup kurangnya dukungan dari berbagai pemangku kepentingan dan ketidakcocokan antara kebutuhan UMKM dan kebijakan yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang sedang diteliti secara mendalam. Penelitian ini tidak berfokus pada angka atau statistik, tetapi lebih pada pemahaman konteks, makna, dan pengalaman individu atau kelompok terkait suatu fenomena. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, atau observasi yang menggambarkan suatu situasi atau kejadian secara detail, dan hasilnya disajikan dalam bentuk deskripsi naratif.

Dalam penelitian yang membahas peran transformasi digital, penulis menggunakan metode tinjauan pustaka untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber yang relevan. Metode ini memungkinkan penulis untuk merujuk pada teori-teori dan penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Transformasi digital memegang peranan penting dalam keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui platform e-commerce dan media sosial, sehingga produk lokal dapat lebih dikenal oleh konsumen yang lebih luas. Selain itu, penggunaan teknologi digital meningkatkan

efisiensi operasional, seperti dalam manajemen inventaris dan pemasaran, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan margin keuntungan. Inovasi dalam produk dan layanan juga didorong oleh adopsi teknologi digital, yang penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah dan untuk bersaing di pasar global. Dampak positif digitalisasi terhadap ekonomi lokal tidak dapat diabaikan, karena ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja, terutama di daerah pedesaan, sehingga memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Peran Transformasi Digital: Jurnal ini menekankan bahwa transformasi digital sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan tetapi juga sebagai peluang untuk beradaptasi dengan dinamika pasar.

Tantangan yang Dihadapi: Terdapat berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi, seperti:

a. Keterampilan Digital yang Terbatas

Banyak pelaku UMKM tidak memiliki keterampilan yang memadai dalam menggunakan teknologi digital. Hal ini menghambat mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan berbagai alat digital yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis.

b. Akses Infrastruktur yang Terbatas:

Daerah terpencil sering kali mengalami keterbatasan dalam jaringan internet dan perangkat keras yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara digital. Keterbatasan ini mengurangi kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar online.

c. Kepercayaan Konsumen yang Rendah:

Transaksi online masih sering dianggap kurang aman oleh banyak konsumen. Kurangnya kepercayaan ini dapat menghambat pertumbuhan UMKM yang bergantung pada penjualan digital dan pemasaran melalui internet.

d. Keterbatasan Modal:

Banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses pada pembiayaan formal, yang menghalangi mereka dari melakukan investasi dalam teknologi baru yang diperlukan untuk transformasi digital.

e. Ketidakmerataan Akses Teknologi:

Adopsi teknologi digital tidak merata di seluruh Indonesia, dengan UMKM di kota besar memiliki akses lebih baik dibandingkan dengan yang berada di daerah terpencil. Ini menciptakan kesenjangan dalam kemampuan untuk berinovasi dan bersaing.

f. Kendala Regulasi:

Beberapa pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam navigasi regulasi yang ada, yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk beroperasi dan berinovasi di lingkungan digital.

Peluang dari Digitalisasi: Digitalisasi menawarkan berbagai peluang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pertama, digitalisasi meningkatkan akses pasar, memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial, sehingga produk lokal dapat dikenal secara nasional dan internasional. Selain itu, teknologi digital meningkatkan efisiensi operasional dengan mengoptimalkan proses bisnis seperti manajemen inventaris dan pemasaran, yang dapat mengurangi biaya dan meningkatkan margin keuntungan. Inovasi produk dan layanan juga didorong oleh digitalisasi, di mana UMKM dapat memanfaatkan analitik data untuk memahami tren pasar dan preferensi konsumen, sehingga dapat menciptakan produk yang lebih relevan.

Pemasaran yang lebih efektif menjadi mungkin dengan strategi digital yang terarah, memungkinkan UMKM untuk menargetkan audiens spesifik dan meningkatkan visibilitas mereka dengan biaya yang lebih rendah. Interaksi langsung dengan pelanggan melalui platform online meningkatkan keterlibatan dan memberikan umpan balik yang berharga untuk pengembangan produk. Selain itu, akses terhadap informasi dan sumber daya melalui internet membantu UMKM tetap kompetitif dengan memahami tren industri dan mendapatkan pelatihan yang diperlukan. Dukungan dari pemerintah dan organisasi non-pemerintah yang menyediakan pelatihan digital dan akses modal juga menciptakan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan keterampilan mereka dan berinvestasi dalam teknologi. Digitalisasi memungkinkan eksplorasi model bisnis baru, seperti layanan berbasis langganan, yang dapat meningkatkan pendapatan. Terakhir, digitalisasi berkontribusi pada pengurangan kesenjangan pasar antara UMKM di kota besar dan daerah terpencil, memberikan akses yang lebih sama terhadap peluang bisnis. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, UMKM dapat bertransformasi dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Inovasi sebagai Kunci Keberhasilan: Inovasi telah menjadi salah satu pilar utama yang menentukan keberhasilan suatu organisasi, terutama di era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Dalam konteks bisnis, inovasi bukan hanya sekadar pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup berbagai aspek seperti proses, layanan, dan model bisnis yang lebih efisien dan efektif. Perusahaan yang mampu berinovasi sering kali dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan, baik bagi pelanggan maupun bagi diri mereka sendiri. Misalnya, dengan mengadopsi teknologi terbaru, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, inovasi juga memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar dan preferensi konsumen yang terus berkembang.

Lebih jauh lagi, inovasi berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Di pasar yang semakin jenuh, perusahaan yang tidak berinovasi berisiko kehilangan pangsa pasar kepada pesaing yang lebih adaptif. Oleh karena itu, membangun budaya inovasi di dalam organisasi sangatlah penting. Hal ini bisa dilakukan dengan mendorong karyawan untuk berpikir kreatif, memberikan ruang bagi eksperimen, serta menghargai ide-ide baru. Selain itu, kolaborasi dengan pihak eksternal seperti universitas atau lembaga penelitian juga dapat memperkaya perspektif dan mempercepat proses inovasi.

Jurnal tersebut menyebutkan bahwa inovasi yang berkelanjutan adalah kunci untuk sukses di era digital. Hal ini termasuk adaptasi terhadap cara kerja baru, penggunaan platform digital untuk pemasaran, dan penguatan pengalaman pelanggan.

Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Penulis membahas pentingnya kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas dalam mendukung digitalisasi UMKM. Strategi dan dukungan yang tepat dari pemangku kepentingan dapat membantu UMKM dalam mengadaptasi teknologi.

Pemerintah memainkan peran utama dengan menyediakan program pelatihan digital dan kebijakan yang mendukung akses modal serta infrastruktur teknologi, khususnya di daerah terpencil. Selain itu, lembaga pendidikan berkontribusi dengan menawarkan kurikulum pelatihan yang relevan dan menjalin kerjasama praktis dengan UMKM. Organisasi non-pemerintah (LSM) juga berperan penting dalam memberikan dukungan teknis serta memfasilitasi kolaborasi antara UMKM dan komunitas lokal. Di sisi lain, sektor swasta dapat membantu dengan menyediakan layanan dan produk teknologi yang dapat diakses oleh UMKM, serta berpartisipasi dalam program kemitraan untuk pelatihan. Semua elemen ini, bersama dengan dukungan dari komunitas lokal yang mendorong kolaborasi antar UMKM, menciptakan ekosistem yang mendukung proses digitalisasi, sehingga membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal.

Rekomendasi untuk Pengembangan UMKM: Jurnal ini memberikan saran untuk pengembangan kurikulum dan program pelatihan yang diperlukan agar UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan digital. Juga, ditekankan pentingnya inovasi data dan teknologi untuk mempertahankan daya saing.

Berikut adalah beberapa rekomendasi untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia:

- a. **Pelatihan Keterampilan Digital:**
Menyelenggarakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan alat pemasaran digital. Ini akan membantu mereka lebih efektif dalam mempromosikan produk dan menjangkau konsumen.
- b. **Akses kepada Pembiayaan:**
Mendorong lembaga keuangan untuk menyediakan paket pembiayaan yang lebih fleksibel dan terjangkau bagi UMKM, termasuk pinjaman mikro dan program pembiayaan berbasis teknologi. Ini akan membantu mereka mendapatkan modal untuk investasi dalam teknologi dan pengembangan bisnis.
- c. **Dukungan Infrastruktur:**
Memperbaiki infrastruktur digital di daerah terpencil untuk memastikan UMKM memiliki akses yang lebih baik terhadap internet dan teknologi. Pemerintah dapat berkolaborasi dengan penyedia layanan telekomunikasi untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas layanan.
- d. **Program Inkubasi dan Akselerasi:**
Mengembangkan program inkubasi dan akselerasi yang memberikan bimbingan kepada UMKM dalam mengembangkan model bisnis, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Ini dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha.
- e. **Kolaborasi dengan Platform Digital:**
Mendorong UMKM untuk berkolaborasi dengan platform digital dalam pemasaran dan distribusi produk. Ini akan memperluas jangkauan pasar dan mempermudah akses ke konsumen.
- f. **Pemasaran Berbasis Data:**
Menedukasi UMKM tentang pentingnya penggunaan data dan analitik untuk memahami perilaku konsumen dan tren pasar. Ini dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran.
- g. **Promosi Produk Lokal:**
Meningkatkan promosi produk lokal melalui kampanye pemasaran yang terintegrasi di tingkat lokal dan nasional. Ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk UMKM dan mendorong pembelian produk lokal.
- h. **Pembangunan Jaringan dan Kemitraan:**
Mendorong UMKM untuk membangun jaringan dan kemitraan dengan pelaku bisnis lain, lembaga pemerintah, dan organisasi non-pemerintah. Kolaborasi ini dapat membuka peluang baru dan memperkuat posisi UMKM di pasar.
- i. **Penerapan Teknologi Baru:**
Mengajak UMKM untuk mengadopsi teknologi baru, seperti otomatisasi dan kecerdasan buatan, untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka. Pemerintah dapat memberikan insentif bagi UMKM yang mengadopsi teknologi ini.
- j. **Monitoring dan Evaluasi:**

Mengembangkan sistem monitoring dan evaluasi untuk menilai dampak program pengembangan UMKM secara berkala. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan keberlanjutan program.

dampak transformasi digital pada bisnis UMKM di Indonesia setelah masa pandemi:

- a. Adaptasi Bisnis:
Banyak UMKM terpaksa beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen akibat pandemi. Transformasi digital menjadi strategi utama untuk bertahan dan berkembang.
- b. Peningkatan Penjualan:
Adopsi e-commerce dan pemasaran digital secara signifikan meningkatkan penjualan. UMKM yang mengimplementasikan platform online melaporkan pertumbuhan yang lebih baik dibandingkan yang tetap menggunakan metode tradisional.
- c. Akses ke Pelanggan Baru:
Transformasi digital membuka akses bagi UMKM untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, tidak hanya lokal tetapi juga secara nasional dan internasional, meningkatkan potensi pasar mereka.
- d. Efisiensi Operasional:
Penggunaan teknologi digital membantu UMKM mengoptimalkan proses operasional, mengurangi biaya, dan mempercepat waktu layanan, sehingga meningkatkan efisiensi secara keseluruhan.
- e. Inovasi Produk dan Layanan:
Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM mampu berinovasi dalam produk dan layanan mereka, menjawab kebutuhan konsumen yang terus berubah, dan menciptakan nilai tambah.
- f. Tantangan yang Dihadapi:
Meskipun ada banyak keuntungan, UMKM juga menghadapi tantangan dalam transformasi digital, termasuk keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital, dan kurangnya akses ke pendanaan.
- g. Dukungan Pemerintah:
Dukungan dari pemerintah melalui pelatihan, program bantuan, dan kebijakan yang mendukung digitalisasi sangat penting untuk mempercepat proses transformasi digital di kalangan UMKM.

pengaruh transformasional leadership terhadap adaptasi digital UMKM: Elemen-elemen transformasional leadership, seperti idealized influence, inspirational motivation, intellectual stimulation, dan individualized consideration, secara signifikan mempengaruhi penggunaan teknologi dan digitalisasi proses bisnis di UMKM. Idealized influence memungkinkan pemimpin untuk menjadi panutan, menginspirasi karyawan dengan menunjukkan komitmen terhadap visi digitalisasi. Inspirational motivation membantu pemimpin mengkomunikasikan manfaat digitalisasi yang menarik, yang mengurangi resistensi terhadap perubahan. Intellectual stimulation mendorong pemikiran kreatif di kalangan karyawan, sedangkan individualized consideration memberikan dukungan personal untuk mengembangkan kompetensi digital. Semua elemen ini bekerja secara sinergis untuk menciptakan lingkungan yang mendukung adaptasi digital, sehingga UMKM dapat lebih efektif dalam mengadopsi teknologi baru dan memaksimalkan manfaat dari digitalisasi. Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang

menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berperan penting dalam kesuksesan digitalisasi di sektor UMKM.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital adalah kunci untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Penulis menyatakan bahwa untuk berhasil dalam era digital, UMKM harus berinvestasi dalam inovasi dan teknologi serta merangkul transformasi digital sebagai strategi utama untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang. Penelitian ini memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi UMKM dan pembuat kebijakan, dengan menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas untuk mendukung digitalisasi. Temuan ini berfungsi sebagai panduan bagi UMKM untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital, sambil mengatasi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan infrastruktur yang ada. Diharapkan, dengan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif.

Digitalisasi UMKM memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi lokal dengan meningkatkan akses pasar, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan. Namun, terdapat tantangan yang harus diatasi, seperti keterampilan digital yang kurang, akses infrastruktur yang terbatas, kepercayaan konsumen terhadap transaksi online, dan keterbatasan modal.

Strategi adaptasi yang berhasil meliputi pelatihan keterampilan digital, kolaborasi dengan pemerintah untuk mendapatkan pendampingan dan akses modal, serta peningkatan layanan pelanggan untuk membangun kepercayaan. Penelitian ini menegaskan pentingnya transformasi digital sebagai faktor kunci dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan di Indonesia, meskipun terdapat ketidakmerataan dalam adopsi teknologi di berbagai daerah. Pendekatan yang inklusif dan kontekstual diperlukan untuk memastikan manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara merata oleh semua UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anna Triwijayati, Y. P. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 306-314.
- [2] Aphief Tri Artanto, K. N. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and administrative Reform*, 163-180.
- [3] Cut Susan Octiva, P. E. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfi Polgan*, 815-821.
- [4] Imam Fathoni, N. A. (2024). Transformasi Digital Bisnis UMKM di Indonesia Setelah Masa Pandemi. *Journal Of Social Science Research*, 10219-10236.
- [5] Median Wilestari, S. M. (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 259-268.
- [6] Muhammad Fariid Nugraha, H. S. (2024). Systematic Literature Review Pengaruh Transformasional Leadership terhadap Adaptasi Digital UMKM INDONESIA: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Humaniora Multidipliner*, 18-35.

- [7] Mukhtar Galib, F. M. (2024). Transformasi Digital UMKM: Analisis Pemasaran Online dan Dampaknya terhadap Ekonomi Lokal di Indonesia. *Journal Of Economics and Regional Science*, 115-128.
- [8] Muhamad Zaenal Asikin, M. O. (2024). MASA DEPAN KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI: TANTANGAN DAN DINAMIKA DALAM ERA DIGITAL. *Jurnal Syntax Dmiration*, 303-310.
- [9] Muhammad Cikhil Anwar, S. A. (2024). Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UKM Indonesia (Studi Literature Review). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Logistik*, xxx-xxx.
- [10] Muhammad Razie Effendi, R. A. (2022). PEMASARAN DIGITAL DAN KINERJA UMKM: DAPATKAH INOVASI PRODUK MENJADI VARIABEL MEDIASI? *jurnal Manajemen Indonesia*, 107-115.
- [11] Novelia Utami, N. O. (2024). Peran Transformasi Digital Bagi Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 423-431.
- [12] Rusdaman, A. S. (2018). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia. *Bongaya Journal of Research in Management*, 95-102.
- [13] Simangunsong, B. Y. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 25-39.
- [14] Solihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 100-114.
- [15] Teguh Erawati, F. K. (2024). Faktor-faktor Keberhasilan Usaha UMKM Study Literatur Review. *Journal Of Social Science Resesrch*, 13316-13329.
- [16] Yuliani, A. R. (2022). Konsep Inovasi Usaha Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Seminar Nasional Dies Natalis UNM*, 65-74.