



Transformasi Digital Mengubah Lanskap Bisnis UMKM di Era Teknologi

Annisa Novianti^{1*}, Munawaroh²

^{1,2}Universitas Bina Bangsa, Indonesia

E-mail: ichaannov@gmail.com¹, madinahalmunawaroh01@gmail.com²

Alamat: JL. Raya Serang – Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang.

*Korespondensi penulis: ichaannov@gmail.com

Abstract. *Advances in information technology have brought major changes in various sectors, including business and the economy. Digital technology, such as the internet and platform-based applications, provides opportunities for MSMEs to expand marketing reach, increase operational efficiency and increase customer satisfaction. Digital transformation is a necessity for MSMEs to compete and adapt in the digital economy era, where information technology allows them to reach wider markets and manage business operations more efficiently. Research shows that MSMEs that utilize digital platforms tend to be more resilient in facing economic challenges, including crises. Digital transformation does not only involve technology adoption, but also changes in the culture and mindset of the organization as a whole. The development of "Digital Entrepreneurship" is an important strategy to strengthen the competitiveness of MSMEs through innovation in marketing, financial management, collaboration and product design. However, MSMEs face obstacles such as limited human resources and access to capital for technology investment. Digitalization provides significant opportunities to increase the productivity and competitiveness of MSMEs in the global market, especially in the era of Industrial Revolution 4.0. However, obstacles such as the digital divide and lack of technological knowledge remain challenges. Therefore, government support and collaboration from various parties is needed to accelerate sustainable and inclusive digital transformation, which ultimately contributes to strengthening Indonesia's digital economy.*

Keywords: *Transformation, Business, MSMEs, Technology.*

Abstrak. Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk bisnis dan ekonomi. Teknologi digital, seperti internet dan aplikasi berbasis platform, memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Transformasi digital menjadi keharusan bagi UMKM untuk bersaing dan beradaptasi dalam era ekonomi digital, di mana teknologi informasi memungkinkan mereka menjangkau pasar lebih luas dan mengelola operasi bisnis dengan lebih efisien. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan platform digital cenderung lebih tangguh dalam menghadapi tantangan ekonomi, termasuk krisis. Transformasi digital tidak hanya melibatkan adopsi teknologi, tetapi juga perubahan budaya dan mindset organisasi secara menyeluruh. Pengembangan "Digital Entrepreneurship" menjadi strategi penting untuk memperkuat daya saing UMKM melalui inovasi dalam pemasaran, manajemen keuangan, kolaborasi, dan desain produk. Namun, UMKM menghadapi hambatan seperti keterbatasan sumber daya manusia dan akses permodalan untuk investasi teknologi. Digitalisasi memberikan peluang signifikan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM dalam pasar global, terutama di era Revolusi Industri 4.0. Meskipun demikian, kendala seperti kesenjangan digital dan kurangnya pengetahuan teknologi tetap menjadi tantangan. Oleh karena itu, dukungan pemerintah dan kolaborasi berbagai pihak diperlukan untuk mempercepat transformasi digital yang berkelanjutan dan inklusif, yang pada akhirnya berkontribusi pada penguatan ekonomi digital Indonesia.

Kata Kunci: Transformasi, Bisnis, UMKM, Teknologi.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi telah secara signifikan mengubah banyak aspek kehidupan masyarakat, termasuk bidang perusahaan dan ekonomi. Munculnya teknologi digital seperti internet dan aplikasi berbasis platform telah memberi perusahaan cara baru untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memaksimalkan efisiensi operasional, dan menjangkau audiens yang lebih luas dengan pemasaran mereka. (Arianto, 2021). Agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tetap kompetitif dan menyesuaikan diri dengan perubahan, transformasi digital sangat penting. (Soedarto et al., 2020). Melalui pemasaran digital, teknologi informasi memungkinkan UMKM untuk mengakses audiens yang lebih besar dan menjalankan bisnisnya dengan lebih efektif dan kuantitatif. (Rizal et al., 2021).

Menurut penelitian, pelaku UMKM telah menunjukkan ketahanan yang lebih besar dalam menghadapi krisis ekonomi ketika mereka dapat menggunakan kanal digital untuk kegiatan pemasaran dan penjualan. (Pramesti et al., 2021). Transformasi digital memerlukan pergeseran mentalitas dan budaya di semua tingkat organisasi selain adopsi teknologi. Pengembangan "Kewirausahaan Digital" adalah salah satu taktik utama untuk memperkuat ekonomi digital Indonesia. (Mavilinda et al., 2021). Namun, UMKM masih mengalami kesulitan, terutama yang berkaitan dengan sumber daya yang langka, terutama yang berkaitan dengan keuangan untuk investasi teknologi dan sumber daya manusia. (Warsiyah et al., 2023). Untuk mencapai transformasi bisnis digital yang berkelanjutan, sangat Pemerintah dan semua pihak yang terlibat harus mendukung inisiatif yang ditujukan untuk memberdayakan UMKM melalui optimalisasi media digital.

Dalam kewirausahaan digital, teknologi digital digunakan tidak hanya untuk pemasaran tetapi juga untuk desain produk, akuisisi pelanggan, riset pasar, kolaborasi, serta manajemen modal dan pembayaran digital. Diharapkan pelaku UMKM akan meningkatkan produktivitas, daya saing, dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat dengan menumbuhkan kewirausahaan digital. Dengan demikian, integrasi teknologi informasi dalam transformasi bisnis UMKM berperan penting dalam pengembangan ekonomi digital Indonesia yang lebih kuat dan berkelanjutan. Di era Revolusi Industri Keempat, perkembangan ekonomi dan transformasi berbagai sektor usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), telah dipengaruhi secara signifikan oleh teknologi digital. Salah satu pendorong utama UMKM Gagasan "ekonomi digital" menggambarkan bagaimana teknologi digital digunakan untuk mempromosikan aktivitas ekonomi dengan merangkul dan meningkatkan daya saing dalam ekonomi global melalui inovasi. (Sundari, 2019). Operasional UMKM, mulai dari manajemen internal hingga layanan pelanggan, telah sepenuhnya

tertransformasi oleh penggunaan teknologi digital dalam bisnis. UMKM memiliki peluang fantastis untuk meningkatkan pangsa pasar mereka sebagai hasil dari transformasi ini, tetapi mereka juga harus dapat menyesuaikan diri dengan cepat dengan perubahan teknologi yang rumit dan cepat. (Hamdan, 2018).

Perekonomian Indonesia sangat bergantung pada UMKM. Menurut angka Kementerian Koperasi dan UKM, industri ini mempekerjakan lebih dari 97% pekerja Indonesia dan berkontribusi lebih dari 60% PDB nasional. Dengan begitu banyak janji, transformasi digital UMKM akan meningkatkan struktur ekonomi negara dan memberi mereka lebih banyak akses ke pasar global. (Asnawi, 2022). Namun demikian, ada tantangan yang terkait dengan proses transformasi ini. UMKM menghadapi beberapa kendala, seperti kesenjangan digital yang menonjol di berbagai wilayah Indonesia, terbatasnya ketersediaan sumber daya digital, dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital. (Nugroho & Andarini, 2020).

Seiring dengan berkembangnya ekonomi digital, beberapa platform baru juga muncul yang memberikan akses UMKM ke pasar yang lebih luas. Misalnya, situs e-commerce seperti Lazada, Shopee, dan Bukalapak telah berkembang menjadi sarana bagi UMKM untuk meningkatkan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selain itu, aplikasi pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan DANA memungkinkan UMKM untuk melakukan transaksi keuangan dengan lebih efisien. UMKM dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempercepat proses transaksi dengan menyediakan berbagai pilihan pembayaran yang fleksibel melalui penggunaan teknologi penagihan elektronik. (Hamdan, 2018).

Penelitian tentang pengaruh ekonomi digital terhadap UMKM menjadi semakin relevan dari sudut pandang akademis karena kecepatan transformasi digital yang cepat.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efektivitas operasional dan produktivitas UMKM, yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun berdasarkan penelitian lain, proses ini mungkin sangat dibatasi oleh kesenjangan digital dan kurangnya keterampilan digital. Oleh karena itu, sangat penting bagi akademisi dan peneliti untuk terus meninjau dan mengevaluasi cara-cara di mana ekonomi digital berdampak pada UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Penggunaan teknologi digital dalam semua aspek kehidupan dan bisnis masyarakat yang secara signifikan mengubah operasi dan menambah nilai bagi klien dikenal sebagai "transformasi digital". Ini memerlukan pemanfaatan teknologi digital untuk secara signifikan mengubah sejumlah aspek kehidupan, sehingga memungkinkan untuk memenuhi permintaan

dengan lebih cepat, mudah, dan efektif. Menurut (Naveen kumar, 2022), Transformasi digital adalah proses penerapan teknologi untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, meningkatkan proses, dan mengoptimalkan peran individu untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Perkembangan ekonomi yang dikenal sebagai "ekonomi digital" menempatkan nilai tinggi pada penggunaan teknologi digital untuk melakukan transaksi elektronik melalui jaringan. Don Tapscott mengklaim bahwa ekonomi digital adalah fenomena sosial dan politik yang mencakup sistem ekonomi dengan elemen berbasis intelektual seperti informasi, metode penerimaan informasi yang berbeda, pemrosesan informasi, dan kapasitas informasi. Kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi digital untuk menggerakkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi mereka disebut sebagai "ekonomi digital". Selain e-commerce dan perusahaan online, ekonomi digital mencakup penggabungan teknologi digital ke dalam semua aspek operasi perusahaan, mulai dari manajemen sumber daya hingga hubungan pelanggan. Di antara elemen kunci ekonomi digital adalah menggunakan kekuatan big data, otomatisasi, dan kecerdasan buatan yang akan meningkatkan output sekaligus menyediakan layanan yang lebih individual. Di banyak negara berkembang, seperti Indonesia, UMKM merupakan komponen kunci dari kerangka ekonomi. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 yang mengatur Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendefinisikan UMKM sesuai dengan omzet tahunan dan jumlah asetnya. Sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan mempekerjakan lebih dari 97% pegawai negeri, menurut Kementerian Koperasi dan UKM. (Kemenkop UKM, 2020). UMKM memiliki peran penting dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan ekonomi lokal, terutama di daerah pedesaan, selain menghasilkan lapangan kerja. (Tambunan, 2019).

Namun, meskipun seringkali memiliki akses terbatas ke sumber daya keuangan dan teknologi, sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa UMKM umumnya lebih mudah beradaptasi dan fleksibel terhadap perubahan ekonomi. Dalam hal ini, merangkul teknologi digital oleh UMKM dapat menjadi pendorong produktivitas dan daya saing yang signifikan, memungkinkan mereka untuk memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perluasan ekonomi nasional.

Teknologi informasi adalah sistem atau bagian dari alat yang terhubung, yang berfungsi dalam mengumpulkan, menyimpan, mengolah, mengelola, memindahkan, mengendalikan, menampilkan, mengubah, bertukar atau mentransmisikan atau menerima data informasi secara otomatis. Teknologi informasi adalah pemrosesan data untuk membuatnya lebih bermakna bagi penerima dan membantu pengambilan keputusan di masa depan.

Era digital ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Saat ini, instrumen teknologi bukanlah komoditas yang langka dan tersedia. Teknologi terus digunakan di hampir setiap aspek pendidikan, masyarakat, budaya, olahraga, ekonomi, dan politik untuk mengumpulkan data dan memfasilitasi pelaksanaan berbagai inisiatif yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah. (Amanullah, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana ekonomi digital mempengaruhi ekspansi UMKM dalam konteks Industri 4.0. Bagian ini akan membahas panjang lebar tentang desain penelitian, strategi pengumpulan data, pendekatan analisis data, dan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan studi. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan metodologi kausal-komparatif dan deskriptif. Tujuan dari pendekatan deskriptif adalah untuk menguraikan ciri-ciri UMKM yang telah menggunakan teknologi digital serta keadaan pertumbuhan yang mereka hadapi. Hubungan sebab-akibat antara pertumbuhan UMKM dan karakteristik ekonomi digital diperiksa dengan menggunakan metodologi kausal-komparatif. Pendekatan ini diharapkan akan memungkinkan penelitian untuk menawarkan pengetahuan yang lebih menyeluruh tentang bagaimana ekonomi digital memengaruhi UMKM.

Kuesioner adalah alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Ada tiga bagian utama untuk kuesioner ini: Pertanyaan demografis, termasuk usia, jenis kelamin, pencapaian pendidikan, dan durasi operasi, termasuk dalam bagian pertama. Pertanyaan tentang bagaimana teknologi digital digunakan dalam operasi perusahaan, termasuk seberapa sering platform e-commerce, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen keuangan digunakan, disertakan di bagian kedua. Aspek pertumbuhan UMKM, yang ditentukan oleh pergeseran omset, jumlah pelanggan, dan efektivitas biaya, menjadi subjek dari bagian ketiga.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.481 ^a	.231	.146	2.035

a. Predictors: (Constant), Era Teknologi, Lanskap Bisnis

Nilai R 0,481 berasal dari output Model Ringkasan SPSS Versi 26. Angka ini menunjukkan tingkat hubungan antara variabel X1 X2 dan Y dengan memeriksa tabel koefisien korelasi, yang memiliki tingkat rendah 0,20-0,399. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa ada jumlah hubungan yang buruk antara X1, X2, dan Y.

Menurut Output SPSS Versi 26 untuk Ringkasan Model, nilai R kuadrat adalah 0,231 atau 23,1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 & X2 bersama-sama mempengaruhi Y sebesar 23,1%, sisanya 76,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar yang dipelajari oleh peneliti ini.

Tabel 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.837	5.975		-.140	.890
	Lanskap Bisnis	.294	.416	.152	.706	.489
	Era Teknologi	.679	.349	.417	1.944	.068

a. Dependent Variable: Transformasi Digital

Dapat disimpulkan dari output SPSS Versi 26 untuk Model Koefisien untuk variabel X1 bahwa X1 memengaruhi Y karena nilai yang dihitung 0,706 dengan nilai-t 1,724 tabel dan nilai sig 0,489 lebih besar dari 0,05.

Selanjutnya disimpulkan bahwa X2 mempengaruhi Y berdasarkan output Model Koefisien SPSS Versi 26 untuk variabel X2, yang menghasilkan nilai yang dihitung 0,679 dengan nilai t tabel 1,724 dan nilai sig 0,068 lebih besar dari 0,05..

Tabel 3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.440	2	11.220	2.710	.094 ^b
	Residual	74.513	18	4.140		
	Total	96.952	20			

a. Dependent Variable: Transformasi Digital

b. Predictors: (Constant), Era Teknologi, Lanskap Bisnis

Dari Output SPSS Versi 26 untuk model Anova didapatkan nilai F hitung sebesar 2,710 dari F tabel sebesar 2,74 dan nilai sig senilai 0,094 lebih dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan variabel X1 & X2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Terobosan teknologi informasi telah berdampak besar pada sejumlah industri, termasuk bisnis dan ekonomi. Pertumbuhan teknologi digital, termasuk internet dan aplikasi berbasis platform, menawarkan peluang yang sangat baik bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan efektivitas operasional, dan memperluas jangkauan pemasaran mereka. Transformasi digital sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bersaing dan relevan di masa perubahan yang cepat. UMKM dapat menggunakan teknologi informasi untuk mengelola operasional bisnis dengan lebih efektif dan terukur, serta menjangkau khalayak yang lebih luas melalui pemasaran digital.

Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital lebih tangguh dalam menghadapi tantangan ekonomi, termasuk krisis. Transformasi digital tidak hanya tentang adopsi teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan mindset dan budaya organisasi secara keseluruhan. Salah satu strategi utama dalam mendukung ekonomi digital Indonesia adalah pengembangan "Digital Entrepreneurship," yang memanfaatkan teknologi untuk berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran, desain produk, kolaborasi, serta manajemen modal dan pembayaran digital. Namun, UMKM masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dan akses permodalan untuk investasi teknologi.

UMKM dapat meningkatkan daya saing, produktivitas, dan ketahanan bisnis mereka dengan merangkul digitalisasi. Teknologi digital adalah pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan mengubah cara fungsi UMKM di era Revolusi Industri 4.0. Konsep ekonomi digital yang melibatkan pemanfaatan teknologi digital untuk produksi, distribusi, dan konsumsi telah memperluas akses UMKM ke pasar global. Meski demikian, masih terdapat hambatan berupa kesenjangan digital, keterbatasan pengetahuan teknologi, dan akses sumber daya yang tidak merata, sehingga perlu adanya dukungan pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan untuk mempercepat transformasi digital yang berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Z., & Hidayat, M. (2023). Transformasi bisnis melalui pemanfaatan teknologi informasi. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 12(2), 89–97.
- Baru, K., Menghadapi, D., Dan, T., & Pasar, T. (2024). Peran akuntan dalam era digital: Transformasi profesi dan studi ekonomi. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10, 140–149.
- Di, K., & Industri, E. R. A. (2024). Kewirausahaan di era industri 4.0: Transformasi melalui praktik bisnis modern. *Jurnal Kewirausahaan*, 6(2), 215–228.
- Di, U., & Industri, E. R. A. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 1, 27–32.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat peluang bisnis UMKM di era digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 291–298.
- Hakim, T., & Firdaus, R. (2022). Pengaruh inovasi teknologi terhadap kinerja bisnis di sektor retail. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*, 8(4), 189–195.
- Kurniawan, B., & Pratama, D. (2022). Implementasi e-commerce dalam meningkatkan daya saing bisnis. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 7(3), 45–52.
- Putra, A. W., & Nugroho, B. (2023). Analisis transformasi digital dalam praktik bisnis modern. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 11(2), 123–130.
- Rahmawati, N., & Utami, S. (2023). Strategi bisnis UMKM dalam menghadapi era digital. *Jurnal Manajemen UMKM*, 4(2), 101–109.
- Ramadhani, R., & Sari, M. (2023). Implementasi strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(3), 201–210.
- S, D. S. N., Pembangunan, U., Veteran, N., Timur, J., Z, M. R. N., & Indira, S. (2024). Bisnis di era digital. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(5), 8–16.
- Santoso, A., & Nugraha, H. (2022). Analisis pengaruh media sosial terhadap peningkatan penjualan bisnis kecil. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(2), 123–130.
- Siregar, E. M., & Lestari, D. (2023). Digitalisasi bisnis dan dampaknya pada pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 55–62.
- Teknologi, P., & Dalam, I. (2024). Peran teknologi informasi dalam transformasi bisnis dan ekonomi. *Jurnal Teknologi dan Ekonomi*, 7, 10008–10012.
- Wijaya, R., & Anggraini, T. (2023). Digitalisasi proses bisnis dalam industri kreatif. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas*, 8(1), 67–75.