

Peran dalam Meningkatkan Kinerja dan Daya Saing UMKM Ekonomi Digital

Angraini^{1*}, Masyuri²

¹⁻² Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia

email: Angrianiangriani856@gmail.com¹, masyri.akuntansi@gmail.com²

Article Info :

Received:
25-04-2026
Revised:
18-05-2026
Accepted:
23-05-2026

Abstract

The development of the digital economy has brought about structural changes in the management of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) through the integration of digital technology, business information systems, and digital platform-based marketing strategies. This study aims to analyze the role of the digital economy in improving the performance and competitiveness of MSMEs through a literature review using descriptive-qualitative methods and interpretive-comparative analysis. Data sources were obtained from various national and international scientific articles discussing digital transformation, digital marketing, technological innovation, digital literacy, and MSME competitiveness for the period 2021–2026. The findings indicate that digital transformation contributes to improved operational efficiency, expanded market access, strengthened consumer engagement, and increased business productivity through the utilization of social media, marketplaces, and digital payment systems. Digital marketing also strengthens SMEs' ability to build market positioning and data-driven business strategies. Nevertheless, low digital literacy, limited technological infrastructure, and disparities in human resource competencies remain the primary obstacles in the digitalization process of SMEs in Indonesia..

Keywords: Digital Economy, Digital Transformation, SME Competitiveness, Digital Marketing, Digital Literacy.

Akstrak

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan perubahan struktural terhadap pola pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui integrasi teknologi digital, sistem informasi bisnis, dan strategi pemasaran berbasis platform digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran ekonomi digital dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM melalui pendekatan studi literatur dengan metode deskriptif-kualitatif dan analisis interpretatif-komparatif. Sumber data diperoleh dari berbagai artikel ilmiah nasional dan internasional yang membahas transformasi digital, digital marketing, inovasi teknologi, literasi digital, dan daya saing UMKM periode 2021–2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, penguatan interaksi konsumen, dan peningkatan produktivitas usaha melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, serta sistem pembayaran digital. Digital marketing juga memperkuat kemampuan UMKM dalam membangun positioning pasar dan strategi bisnis berbasis data konsumen. Meskipun demikian, rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan ketimpangan kompetensi sumber daya manusia masih menjadi hambatan utama dalam proses digitalisasi UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Transformasi Digital, Daya Saing UMKM, Digital Marketing, Literasi Digital.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital dalam satu dekade terakhir telah merekonstruksi pola interaksi ekonomi global melalui integrasi teknologi informasi, platform digital, kecerdasan data, serta sistem transaksi elektronik yang semakin mendominasi aktivitas bisnis lintas sektor, termasuk pada struktur usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang. Intensifikasi penggunaan internet, media sosial, e-commerce, dan financial technology tidak lagi dipahami sekadar sebagai instrumen teknologis, melainkan sebagai mekanisme transformasi struktural yang mengubah model produksi, distribusi, pemasaran, hingga relasi antara pelaku usaha dan konsumen dalam lanskap ekonomi berbasis platform. Fenomena tersebut mendorong perubahan orientasi daya saing dari yang sebelumnya bertumpu pada skala modal dan kapasitas produksi menuju kemampuan adaptasi digital, penguasaan informasi pasar, serta kecepatan

inovasi bisnis berbasis teknologi. Di Indonesia, akselerasi ekonomi digital memperlihatkan peningkatan signifikan terhadap keterlibatan UMKM dalam ekosistem digital melalui pemanfaatan marketplace, sistem pembayaran elektronik, dan strategi pemasaran digital yang semakin masif, meskipun kualitas adopsi teknologi masih menunjukkan ketimpangan antar pelaku usaha dan wilayah ekonomi (Andani et al., 2024). Literatur mutakhir juga menegaskan bahwa transformasi digital telah menjadi determinan baru dalam pembentukan keunggulan kompetitif UMKM karena kemampuan teknologi digital memungkinkan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, dan penguatan interaksi bisnis secara simultan (Morisson & Fikri, 2025). Ekonomi digital bukan sekadar konsekuensi perkembangan teknologi, melainkan arena kompetisi baru yang menempatkan literasi digital dan inovasi bisnis sebagai instrumen utama keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar global yang semakin terdigitalisasi (Zikri, 2024).

Kajian-kajian terdahulu pada umumnya telah mengonfirmasi bahwa digitalisasi memiliki korelasi positif terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM, terutama melalui optimalisasi digital marketing, inovasi layanan berbasis teknologi, dan integrasi sistem informasi bisnis dalam pengelolaan usaha. Ernestivita dan Subagyo (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital berkontribusi signifikan terhadap competitive advantage UMKM melalui kombinasi digital marketing, literasi keuangan, dan kapasitas bisnis yang mampu memperkuat posisi usaha di pasar kompetitif. Temuan tersebut diperluas oleh Aghni dan Anzie (2025) yang menegaskan bahwa digital marketing tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga merekonstruksi pola komunikasi bisnis menjadi lebih interaktif dan berbasis perilaku konsumen digital. Dalam dimensi yang lebih strategis, Arjang, Yani, dan Suparwata (2025) menempatkan sistem informasi bisnis sebagai instrumen sinkronisasi pengelolaan talenta, branding usaha, dan inovasi layanan yang secara simultan memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital. Sementara itu, Hambali et al. (2026) mengidentifikasi bahwa pemanfaatan media sosial berbasis digital marketing mampu meningkatkan pemberdayaan UMKM melalui perluasan akses pasar dan peningkatan efektivitas promosi dengan biaya yang relatif rendah. Kecenderungan literatur tersebut memperlihatkan bahwa ekonomi digital telah diposisikan sebagai medium akselerasi pertumbuhan UMKM, tetapi sebagian besar penelitian masih memandang digitalisasi dalam kerangka instrumental yang berorientasi pada penggunaan teknologi semata, bukan sebagai transformasi struktural yang memengaruhi keseluruhan ekosistem bisnis UMKM.

Meskipun penelitian sebelumnya memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan hubungan antara teknologi digital dan penguatan UMKM, terdapat sejumlah keterbatasan konseptual maupun empiris yang masih menyisakan ruang kosong dalam pengembangan kajian ekonomi digital. Sebagian besar studi cenderung bersifat parsial karena hanya menyoroti satu dimensi tertentu, seperti digital marketing, literasi digital, atau penggunaan marketplace, tanpa membangun integrasi analitis mengenai keterhubungan antarvariabel yang membentuk daya saing UMKM secara komprehensif. Pendekatan yang dominan digunakan juga lebih banyak menempatkan transformasi digital sebagai variabel teknis-operasional, sehingga aspek struktural seperti kapasitas adaptasi organisasi, kesiapan sumber daya manusia, kesenjangan infrastruktur digital, dan keberlanjutan inovasi bisnis sering kali kurang memperoleh elaborasi teoritis yang memadai. Farida et al. (2025) mengkritik bahwa penguatan UMKM di era digital masih menghadapi ketimpangan akses teknologi dan rendahnya inklusivitas transformasi digital yang menyebabkan manfaat ekonomi digital belum dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku usaha. Arjang, Wadu, dan Kraugusteeliana (2025) bahkan menekankan bahwa rendahnya literasi digital masyarakat menjadi hambatan mendasar dalam pembentukan ekosistem ekonomi berbasis platform yang inklusif dan kompetitif. Inkonsistensi lain juga terlihat pada temuan empiris mengenai dampak digitalisasi terhadap produktivitas usaha, karena sebagian penelitian menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan, sedangkan penelitian lain memperlihatkan bahwa digitalisasi tidak otomatis menghasilkan daya saing tanpa dukungan kompetensi SDM dan strategi inovasi yang berkelanjutan. Situasi tersebut menunjukkan bahwa relasi antara ekonomi digital dan daya saing UMKM masih memerlukan sintesis teoritis yang lebih integratif dan kontekstual.

Ketiadaan formulasi konseptual yang mampu menjelaskan hubungan multidimensional antara ekonomi digital, inovasi bisnis, literasi digital, dan daya saing UMKM menyebabkan arah kebijakan maupun strategi pengembangan usaha sering kali bersifat fragmentaris dan tidak berorientasi jangka panjang. Permasalahan ini menjadi semakin krusial ketika percepatan digitalisasi ekonomi berlangsung lebih cepat dibanding kesiapan kapasitas adaptif pelaku UMKM, terutama pada kelompok usaha skala mikro dan kecil yang memiliki keterbatasan modal teknologi, kualitas sumber daya manusia, dan akses

terhadap ekosistem digital yang inklusif. Kondisi tersebut tidak hanya berimplikasi terhadap rendahnya kemampuan UMKM dalam mempertahankan keberlanjutan usaha, tetapi juga berpotensi memperlebar kesenjangan ekonomi antarwilayah akibat ketimpangan akses digital dan kapasitas inovasi. Penelitian mengenai ekonomi digital karenanya tidak cukup berhenti pada pembahasan mengenai adopsi teknologi, melainkan harus mampu menjelaskan bagaimana transformasi digital membentuk pola baru daya saing usaha melalui integrasi antara inovasi bisnis, penguatan literasi digital, dan adaptasi model ekonomi berbasis platform. Ketidakmampuan literatur sebelumnya dalam menjelaskan hubungan kausal yang lebih kompleks antara faktor-faktor tersebut memperlihatkan urgensi akademik untuk membangun pendekatan yang lebih holistik terhadap transformasi UMKM di era ekonomi digital. Pada saat yang sama, kebutuhan praktis terhadap model pengembangan UMKM berbasis digital menjadi semakin mendesak mengingat keberhasilan transformasi ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan struktur pasar global yang terdigitalisasi.

Penelitian ini diposisikan sebagai upaya untuk mengisi kekosongan konseptual dalam literatur ekonomi digital dengan membangun analisis yang tidak hanya menempatkan digitalisasi sebagai instrumen teknologi, tetapi juga sebagai proses transformasi ekonomi yang memengaruhi struktur daya saing UMKM secara multidimensional. Berbeda dengan studi sebelumnya yang cenderung memisahkan variabel digital marketing, inovasi digital, literasi digital, dan sistem informasi bisnis ke dalam kajian yang terfragmentasi, penelitian ini mengintegrasikan seluruh dimensi tersebut dalam satu kerangka analisis untuk memahami bagaimana ekonomi digital membentuk kinerja dan daya saing UMKM secara simultan. Posisi penelitian ini juga diarahkan untuk memperluas diskursus mengenai transformasi digital UMKM dari perspektif ekonomi berbasis platform, dengan menekankan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh tingkat penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan adaptasi organisasi, kualitas sumber daya manusia, dan kapasitas inovasi usaha dalam merespons dinamika pasar digital yang terus berubah. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan perspektif yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara transformasi digital dan keberlanjutan daya saing UMKM, sekaligus memperkuat argumentasi bahwa ekonomi digital merupakan arena restrukturisasi ekonomi yang membutuhkan kesiapan institusional dan kapasitas sosial-ekonomi yang memadai.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis peran ekonomi digital dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM melalui integrasi aspek digital marketing, inovasi bisnis berbasis teknologi, literasi digital, dan penguatan sistem informasi usaha dalam konteks transformasi ekonomi modern. Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis berupa pengembangan perspektif integratif mengenai hubungan multidimensional antara digitalisasi dan competitive advantage UMKM, sekaligus menawarkan kontribusi metodologis melalui pendekatan sintesis literatur yang menempatkan transformasi digital sebagai proses struktural yang memengaruhi keberlanjutan usaha secara menyeluruh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian non-empiris dengan pendekatan studi literatur (literature review) yang berorientasi pada analisis konseptual mengenai peran ekonomi digital dalam meningkatkan kinerja dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pendekatan tersebut digunakan untuk membangun sintesis teoritis terhadap berbagai hasil penelitian sebelumnya yang membahas transformasi digital, digital marketing, inovasi berbasis teknologi, literasi digital, serta penguatan daya saing UMKM dalam konteks ekonomi digital. Sumber data penelitian diperoleh sepenuhnya dari data sekunder berupa artikel ilmiah nasional dan internasional, prosiding akademik, laporan institusi, serta referensi teoritis yang relevan dengan tema penelitian. Proses penelusuran literatur dilakukan melalui database akademik seperti Google Scholar, Garuda, dan jurnal elektronik bereputasi dengan menggunakan kata kunci “digital economy”, “digital transformation”, “digital marketing”, “UMKM competitiveness”, dan “MSMEs performance”. Literatur yang digunakan dipilih secara purposive berdasarkan relevansi topik, kredibilitas sumber, konsistensi substansi kajian, serta rentang publikasi tahun 2021–2026 agar analisis yang dihasilkan mampu merepresentasikan perkembangan mutakhir penelitian mengenai ekonomi digital dan UMKM.

Model analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif-kualitatif dengan metode interpretatif-komparatif untuk mengidentifikasi pola hubungan antara transformasi digital dan peningkatan daya saing UMKM. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data

literatur, kategorisasi konsep utama, dan sintesis kritis terhadap temuan penelitian terdahulu. Tahap reduksi data dilakukan dengan menyeleksi literatur berdasarkan fokus pembahasan yang berkaitan dengan ekonomi digital, kinerja usaha, inovasi digital, dan literasi teknologi. Tahap kategorisasi digunakan untuk mengelompokkan hasil penelitian ke dalam tema-tema analitis seperti digital marketing, sistem informasi bisnis, produktivitas usaha, dan hambatan transformasi digital. Selanjutnya, interpretasi dilakukan dengan membandingkan argumentasi, pendekatan, dan hasil penelitian antarstudi untuk menemukan kecenderungan teoritis, inkonsistensi empiris, serta celah konseptual yang masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Pendekatan interpretatif tersebut memungkinkan penelitian ini menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai posisi ekonomi digital sebagai faktor strategis dalam memperkuat keberlanjutan dan daya saing UMKM di era transformasi ekonomi berbasis teknologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Digital dan Restrukturisasi Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Berbasis Platform

Transformasi digital dalam sektor UMKM menunjukkan perubahan mendasar terhadap pola pengelolaan usaha yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis integrasi teknologi dan sistem informasi bisnis. Analisis literatur memperlihatkan bahwa digitalisasi tidak lagi dipahami sebagai instrumen tambahan dalam kegiatan usaha, melainkan sebagai fondasi baru dalam membangun efisiensi operasional dan keberlanjutan pasar. Kajian Morisson dan Fikri (2025) menempatkan digitalisasi sebagai strategi kompetitif yang memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan ekonomi digital. Perspektif tersebut mengindikasikan bahwa daya saing usaha saat ini semakin dipengaruhi oleh kapasitas adaptasi teknologi dibandingkan skala usaha semata.

Perubahan struktur ekonomi digital juga menciptakan pola interaksi bisnis yang lebih fleksibel melalui penggunaan platform digital dan sistem komunikasi berbasis internet. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas bisnis cenderung memiliki respons pasar yang lebih cepat dibandingkan pelaku usaha yang masih bergantung pada sistem tradisional. Temuan Sahrul dan Nuringsih (2023) menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce dan media sosial mampu meningkatkan performa bisnis melalui optimalisasi pemasaran dan efisiensi komunikasi usaha. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital membentuk mekanisme baru dalam penciptaan nilai ekonomi berbasis konektivitas dan kecepatan informasi.

Perkembangan ekonomi digital juga mengubah orientasi pengelolaan bisnis UMKM dari pendekatan berbasis produksi menuju pendekatan berbasis data dan perilaku konsumen. Literatur yang dianalisis menunjukkan bahwa platform digital memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi pasar secara real time sehingga strategi bisnis dapat disusun lebih terukur dan adaptif. Zikri (2024) menjelaskan bahwa transformasi ekonomi digital berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas UMKM melalui integrasi teknologi dalam pengambilan keputusan usaha. Kecenderungan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi digital memiliki relasi kuat dengan peningkatan kapasitas inovasi dan efisiensi usaha.

Implikasi transformasi digital terhadap daya saing UMKM dapat dipahami melalui perubahan indikator kompetitif yang digunakan dalam aktivitas bisnis modern. Literatur menunjukkan bahwa keunggulan usaha tidak lagi ditentukan hanya oleh harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh kecepatan layanan, efektivitas distribusi, dan kemampuan membangun hubungan digital dengan konsumen. Ernestivita dan Subagyo (2023) mengemukakan bahwa digital transformation memiliki pengaruh signifikan terhadap competitive advantage UMKM melalui penguatan pemasaran dan literasi keuangan digital. Argumentasi tersebut menegaskan bahwa teknologi digital berfungsi sebagai instrumen strategis dalam memperkuat posisi kompetitif usaha.

Analisis komparatif terhadap beberapa penelitian memperlihatkan adanya hubungan antara digitalisasi usaha dan kemampuan UMKM mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif. Kajian Andani et al. (2024) menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital menciptakan peluang pertumbuhan usaha berbasis inovasi dan kreativitas digital, terutama pada sektor usaha yang mampu mengintegrasikan teknologi dengan model bisnis modern. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital menghasilkan restrukturisasi pola ekonomi yang menuntut fleksibilitas dan kemampuan adaptasi tinggi. Kondisi ini menyebabkan UMKM yang gagal bertransformasi mengalami penurunan daya saing dalam ekosistem pasar digital.

Temuan hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dipengaruhi oleh beberapa komponen utama yang membentuk keberhasilan transformasi usaha. Identifikasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 yang merangkum dimensi strategis digitalisasi berdasarkan hasil analisis berbagai penelitian terdahulu. Keberadaan komponen tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital bersifat multidimensional dan tidak dapat dipisahkan dari faktor organisasi maupun kualitas sumber daya manusia. Literatur Farida et al. (2025) menekankan bahwa penguatan daya saing UMKM di era digital memerlukan integrasi antara teknologi, kapasitas inovasi, dan inklusivitas ekonomi.

Tabel 1. Dimensi Strategis Transformasi Digital UMKM

Dimensi Strategis	Bentuk Implementasi	Dampak terhadap Daya Saing
Digital Marketing	Media sosial dan marketplace	Perluasan pasar dan promosi
Sistem Informasi Bisnis	Pengelolaan data usaha	Efisiensi operasional
Literasi Digital	Pelatihan teknologi	Adaptasi bisnis digital
Inovasi Produk	Pengembangan berbasis teknologi	Diferensiasi pasar
Pembayaran Digital	Transaksi elektronik	Kecepatan layanan

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media digital untuk promosi, tetapi juga mencakup restrukturisasi sistem bisnis secara menyeluruh. Penggunaan sistem informasi bisnis memungkinkan pelaku usaha mengelola aktivitas operasional secara lebih efisien dan berbasis data. Arjang, Yani, dan Suparwata (2025) menegaskan bahwa sistem informasi bisnis memiliki peran strategis dalam sinkronisasi pengelolaan talenta, penguatan branding, dan peningkatan kualitas layanan usaha. Integrasi tersebut memperlihatkan bahwa teknologi digital berfungsi sebagai instrumen penguatan kapasitas organisasi UMKM.

Literatur yang dianalisis juga menunjukkan bahwa transformasi digital menciptakan hubungan yang erat antara inovasi teknologi dan penguatan produktivitas usaha. Muslihah dan Ginting (2024) menjelaskan bahwa inovasi teknologi mampu meningkatkan efektivitas usaha melalui percepatan proses transaksi dan penguatan interaksi bisnis berbasis digital. Peningkatan produktivitas tersebut muncul karena penggunaan teknologi memungkinkan pelaku usaha mengurangi biaya operasional dan meningkatkan akurasi pengelolaan usaha. Kondisi ini memperlihatkan bahwa teknologi digital berkontribusi terhadap penciptaan efisiensi ekonomi dalam aktivitas UMKM.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital masih dipengaruhi oleh ketimpangan kemampuan adaptasi antar pelaku usaha. Angraini et al. (2024) menemukan bahwa tidak semua UMKM memiliki kapasitas yang sama dalam mengadopsi teknologi digital karena adanya perbedaan akses infrastruktur dan literasi teknologi. Ketimpangan tersebut menyebabkan manfaat ekonomi digital belum sepenuhnya dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku usaha. Fenomena ini memperlihatkan bahwa transformasi digital memerlukan dukungan kelembagaan dan penguatan kapasitas sumber daya manusia secara simultan.

Sintesis keseluruhan literatur memperlihatkan bahwa transformasi digital merupakan faktor utama yang menentukan arah perkembangan daya saing UMKM dalam ekonomi berbasis platform. Digitalisasi membentuk model bisnis yang lebih fleksibel, efisien, dan responsif terhadap perubahan perilaku konsumen modern. Sholihin (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan daya saing pasar UMKM melalui integrasi teknologi dalam aktivitas produksi dan pemasaran usaha. Kajian tersebut memperkuat argumentasi bahwa ekonomi digital telah menciptakan paradigma baru dalam pengelolaan dan keberlanjutan bisnis UMKM modern.

Digital Marketing dan Inovasi Teknologi sebagai Instrumen Peningkatan Kinerja UMKM

Digital marketing berkembang menjadi instrumen strategis yang mengubah pola komunikasi bisnis UMKM dari pendekatan satu arah menuju interaksi berbasis keterlibatan konsumen secara digital. Literatur yang dianalisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, marketplace, dan platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih cepat dan responsif dengan pelanggan. Aghni dan Anzie (2025) menjelaskan bahwa digital marketing memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM karena mampu

memperluas visibilitas produk dan memperkuat positioning usaha dalam pasar digital. Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas pemasaran modern semakin ditentukan oleh kemampuan usaha memanfaatkan teknologi komunikasi berbasis internet.

Pemanfaatan media sosial dalam aktivitas pemasaran UMKM juga menghasilkan perubahan terhadap pola perilaku konsumen dan mekanisme promosi produk. Platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business memungkinkan pelaku usaha menyampaikan informasi produk secara visual dan interaktif sehingga meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Hambali et al. (2026) menegaskan bahwa digital marketing berbasis media sosial mampu memperkuat pemberdayaan UMKM melalui peningkatan jangkauan pasar dan efisiensi promosi usaha. Kecenderungan tersebut menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan loyalitas konsumen.

Literatur yang dikaji memperlihatkan bahwa keberhasilan digital marketing memiliki hubungan erat dengan kemampuan inovasi teknologi dalam pengelolaan bisnis UMKM. Penggunaan aplikasi digital untuk transaksi, pengelolaan inventaris, dan pelayanan pelanggan memungkinkan aktivitas usaha berjalan lebih cepat dan terintegrasi. Safitri et al. (2024) menjelaskan bahwa penerapan teknologi digital dalam pengelolaan UMKM mampu meningkatkan efisiensi kerja dan memperkuat daya saing usaha dalam lingkungan ekonomi digital. Hubungan tersebut memperlihatkan bahwa inovasi teknologi menciptakan nilai tambah yang tidak hanya berdampak pada pemasaran, tetapi juga pada produktivitas operasional usaha.

Analisis literatur juga menunjukkan bahwa digital marketing menghasilkan perubahan terhadap struktur persaingan usaha melalui penguatan akses pasar yang lebih luas. UMKM yang sebelumnya memiliki keterbatasan geografis dalam pemasaran kini mampu menjangkau konsumen lintas wilayah melalui integrasi marketplace dan e-commerce. Istikharoh et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan digital marketing pada UMKM kuliner meningkatkan efektivitas promosi dan memperkuat daya saing usaha melalui komunikasi digital yang lebih interaktif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital menciptakan peluang ekspansi usaha yang lebih terbuka bagi sektor UMKM.

Inovasi teknologi dalam UMKM tidak hanya berkaitan dengan penggunaan perangkat digital, tetapi juga mencakup perubahan strategi bisnis berbasis kebutuhan pasar digital. Kajian Pratama et al. (2025) menempatkan digitalisasi sebagai strategi adaptif yang memungkinkan UMKM mempertahankan eksistensi usaha dalam lingkungan ekonomi yang semakin kompetitif. Strategi tersebut mencakup penggunaan data konsumen, analisis tren pasar, dan pengembangan layanan berbasis teknologi digital. Pola tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital membentuk orientasi bisnis yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar.

Hasil sintesis literatur mengenai implementasi digital marketing dan inovasi teknologi dapat dipetakan melalui beberapa indikator utama yang memengaruhi peningkatan kinerja UMKM. Identifikasi tersebut dirangkum dalam Tabel 2 yang memperlihatkan hubungan antara bentuk digitalisasi dan implikasinya terhadap performa usaha. Setiap indikator menunjukkan bahwa integrasi teknologi memiliki dampak langsung terhadap efisiensi bisnis dan penguatan hubungan dengan konsumen. Kajian Alviani dan Munawaroh (2025) memperlihatkan bahwa transformasi digital memperkuat daya saing pasar melalui peningkatan efektivitas layanan dan percepatan aktivitas usaha.

Tabel 2. Implementasi Digital Marketing dan Dampaknya terhadap Kinerja UMKM

Bentuk Digitalisasi	Implementasi Utama	Dampak terhadap Kinerja
Media Sosial	Promosi produk digital	Peningkatan visibilitas
Marketplace	Penjualan berbasis platform	Perluasan pasar
Sistem Pembayaran Digital	Transaksi elektronik	Efisiensi layanan
Analisis Data Konsumen	Strategi pemasaran	Ketepatan target pasar
Aplikasi Manajemen Usaha	Pengelolaan operasional	Produktivitas usaha

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa digital marketing dan inovasi teknologi memiliki hubungan yang saling mendukung dalam meningkatkan performa UMKM. Penggunaan marketplace memperluas peluang pasar, sedangkan analisis data konsumen membantu pelaku usaha menyusun

strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Iskandar (2025) menjelaskan bahwa transformasi digital pada sektor UMKM tekstil meningkatkan daya saing usaha melalui penguatan efisiensi distribusi dan pemasaran digital. Hubungan tersebut memperlihatkan bahwa teknologi digital memperkuat kemampuan UMKM dalam menghadapi dinamika pasar modern.

Kajian literatur juga menunjukkan bahwa efektivitas digital marketing sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen digital. Konsumen modern cenderung memilih produk yang memiliki akses layanan cepat, transparansi informasi, dan komunikasi yang responsif. Nisa et al. (2025) menegaskan bahwa ekonomi kreatif berbasis digital mendorong UMKM untuk lebih inovatif dalam membangun citra usaha dan strategi promosi berbasis teknologi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa daya saing usaha saat ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas pengalaman digital konsumen.

Meskipun digital marketing memberikan peluang besar terhadap peningkatan kinerja usaha, beberapa penelitian menunjukkan adanya hambatan dalam implementasi teknologi digital pada UMKM. Keterbatasan literasi digital dan rendahnya kemampuan penggunaan teknologi masih menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas pemasaran digital pada sebagian pelaku usaha. Ramadhani (2025) menjelaskan bahwa pelatihan digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas adaptasi UMKM terhadap perkembangan ekonomi digital. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa penguatan kompetensi sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan digitalisasi usaha.

Sintesis keseluruhan literatur memperlihatkan bahwa digital marketing dan inovasi teknologi merupakan elemen strategis dalam membentuk kinerja UMKM yang lebih kompetitif dan berkelanjutan. Penggunaan teknologi digital menciptakan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kualitas interaksi bisnis dengan konsumen. Muslihah dan Ginting (2024) menjelaskan bahwa inovasi teknologi memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan kemampuan adaptasi usaha dalam menghadapi perubahan ekonomi digital. Argumentasi tersebut memperkuat pemahaman bahwa integrasi teknologi dan strategi pemasaran digital menjadi fondasi utama dalam pengembangan UMKM modern.

Literasi Digital dan Tantangan Adaptasi UMKM dalam Ekosistem Ekonomi Digital

Literasi digital menjadi elemen fundamental dalam menentukan keberhasilan transformasi UMKM di tengah perkembangan ekonomi berbasis teknologi dan platform digital. Analisis literatur menunjukkan bahwa kemampuan memahami, mengoperasikan, dan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas usaha berpengaruh langsung terhadap efektivitas pengelolaan bisnis dan peningkatan daya saing pasar. Arjang, Wadu, dan Kraugusteeliana (2025) menegaskan bahwa literasi digital masyarakat memiliki peran strategis dalam membangun ekosistem ekonomi berbasis platform yang inklusif dan kompetitif. Relasi tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kapasitas kognitif dan adaptif pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi secara produktif.

Kajian literatur memperlihatkan bahwa sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam proses adaptasi teknologi digital akibat keterbatasan kompetensi sumber daya manusia. Banyak pelaku usaha belum memiliki kemampuan teknis yang memadai untuk mengoperasikan marketplace, sistem pembayaran digital, maupun aplikasi pengelolaan bisnis berbasis teknologi. Farida et al. (2025) menjelaskan bahwa ketimpangan akses teknologi dan rendahnya kualitas sumber daya manusia menjadi hambatan utama dalam penguatan daya saing UMKM di era digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi membutuhkan penguatan kompetensi yang terstruktur dan berkelanjutan.

Tantangan lain yang muncul dalam proses transformasi digital berkaitan dengan ketimpangan akses infrastruktur teknologi antarwilayah. Literatur menunjukkan bahwa UMKM di daerah perkotaan cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi dibandingkan pelaku usaha di wilayah rural yang masih menghadapi keterbatasan jaringan internet dan fasilitas digital. Angraini et al. (2024) menemukan bahwa transformasi digital UMKM di Indonesia masih menunjukkan disparitas yang cukup signifikan dalam aspek akses teknologi dan kemampuan inovasi usaha. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi ekonomi belum sepenuhnya menghasilkan distribusi manfaat yang merata bagi seluruh pelaku UMKM.

Perubahan pola ekonomi digital juga menuntut UMKM untuk memiliki kemampuan adaptasi terhadap dinamika perilaku konsumen yang semakin berbasis teknologi. Konsumen modern cenderung mengutamakan kecepatan layanan, kemudahan transaksi, dan keterbukaan informasi dalam aktivitas konsumsi digital. Sholihin (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital mengubah struktur persaingan pasar sehingga UMKM dituntut untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa daya saing usaha saat ini dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membaca tren pasar digital secara cepat dan akurat.

Analisis konseptual terhadap berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan erat dengan kemampuan inovasi bisnis dan keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman teknologi yang baik cenderung lebih mampu mengembangkan strategi pemasaran inovatif dan membangun model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar. Pratama et al. (2025) menempatkan strategi digitalisasi sebagai instrumen penting dalam meningkatkan fleksibilitas usaha dan kemampuan bertahan di tengah kompetisi ekonomi digital. Keterkaitan tersebut memperlihatkan bahwa literasi digital berfungsi sebagai modal intelektual dalam pengembangan daya saing UMKM modern.

Hasil sintesis literatur mengenai tantangan dan kebutuhan penguatan kapasitas digital UMKM dapat diidentifikasi melalui beberapa faktor utama yang memengaruhi efektivitas transformasi usaha. Faktor-faktor tersebut dirangkum dalam Tabel 3 yang menunjukkan hubungan antara hambatan digitalisasi dan implikasinya terhadap kinerja UMKM. Setiap indikator memperlihatkan bahwa keberhasilan ekonomi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia dan lingkungan pendukung usaha. Kajian Ramadhani (2025) menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan adaptasi usaha dan penguatan daya saing UMKM.

Tabel 3. Faktor Penghambat dan Penguatan Adaptasi Digital UMKM

Faktor	Bentuk Hambatan	Dampak terhadap UMKM
Literasi Digital Rendah	Minim pemahaman teknologi	Lambatnya transformasi usaha
Infrastruktur Terbatas	Akses internet tidak merata	Ketimpangan digitalisasi
Keterbatasan Modal	Investasi teknologi rendah	Inovasi usaha terbatas
Kompetensi SDM	Rendahnya kemampuan teknis	Efektivitas bisnis menurun
Pelatihan Digital	Penguatan kapasitas usaha	Adaptasi bisnis meningkat

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital memerlukan dukungan multidimensional yang mencakup penguatan kompetensi sumber daya manusia, akses teknologi, dan pendampingan usaha berbasis digital. Pelatihan dan pengembangan keterampilan digital menjadi faktor penting dalam mempercepat proses adaptasi UMKM terhadap perubahan ekonomi modern. Safitri et al. (2024) menjelaskan bahwa pelatihan teknologi digital mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha melalui peningkatan kemampuan penggunaan aplikasi dan sistem digital. Hubungan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kapasitas digital memiliki dampak langsung terhadap produktivitas dan keberlanjutan usaha.

Literatur juga menunjukkan bahwa transformasi digital menciptakan kebutuhan baru terhadap integrasi sistem informasi bisnis dalam pengelolaan UMKM. Penggunaan teknologi informasi memungkinkan pelaku usaha mengelola data konsumen, aktivitas transaksi, dan strategi pemasaran secara lebih sistematis dan berbasis analisis. Arjang, Yani, dan Suparwata (2025) menjelaskan bahwa sistem informasi bisnis memiliki fungsi strategis dalam memperkuat branding usaha dan sinkronisasi pengelolaan organisasi UMKM. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa daya saing usaha modern semakin dipengaruhi oleh kemampuan pengelolaan informasi digital secara efektif.

Di sisi lain, beberapa penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital juga memunculkan tantangan psikologis dan kultural dalam lingkungan UMKM. Sebagian pelaku usaha masih memiliki resistensi terhadap penggunaan teknologi karena adanya persepsi bahwa digitalisasi membutuhkan biaya tinggi dan proses operasional yang kompleks. Morisson dan Fikri (2025) menjelaskan bahwa proses digitalisasi UMKM memerlukan perubahan pola pikir bisnis agar pelaku usaha mampu melihat teknologi sebagai peluang strategis, bukan sebagai beban operasional tambahan. Situasi tersebut

memperlihatkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh kesiapan mental dan budaya organisasi usaha.

Sintesis keseluruhan literatur menunjukkan bahwa literasi digital dan kemampuan adaptasi teknologi merupakan determinan utama dalam membangun daya saing UMKM di era ekonomi digital. Keberhasilan transformasi usaha dipengaruhi oleh integrasi antara penguatan kompetensi SDM, akses teknologi, inovasi bisnis, dan dukungan ekosistem digital yang inklusif. Iskandar (2025) menegaskan bahwa transformasi digital memiliki peran strategis dalam memperkuat posisi kompetitif UMKM melalui peningkatan efisiensi usaha dan perluasan pasar berbasis teknologi. Argumentasi tersebut memperlihatkan bahwa ekonomi digital telah menciptakan struktur persaingan baru yang menempatkan kapasitas adaptasi digital sebagai fondasi utama keberlanjutan UMKM modern.

KESIMPULAN

Ekonomi digital telah merekonstruksi pola pengelolaan dan persaingan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui integrasi teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, pengelolaan operasional, pelayanan konsumen, dan pengembangan strategi bisnis berbasis data. Transformasi digital memperlihatkan peran strategis dalam meningkatkan efisiensi usaha, memperluas akses pasar, memperkuat interaksi bisnis, serta mendorong peningkatan produktivitas dan inovasi UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi berbasis platform. Digital marketing menjadi instrumen penting dalam membangun visibilitas usaha, memperkuat loyalitas konsumen, dan meningkatkan kemampuan adaptasi bisnis terhadap perubahan perilaku pasar digital. Efektivitas transformasi digital masih dipengaruhi oleh kualitas literasi digital, kompetensi sumber daya manusia, kesiapan infrastruktur teknologi, dan kapasitas inovasi usaha yang belum merata pada seluruh sektor UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan daya saing UMKM di era ekonomi digital memerlukan integrasi antara pengembangan teknologi, peningkatan kapasitas adaptif pelaku usaha, dan dukungan ekosistem digital yang inklusif agar transformasi bisnis berbasis teknologi mampu berjalan secara berkelanjutan dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghni, M. S., & Anzie, L. P. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia: Tinjauan literatur terbaru. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 01-07. <https://doi.org/10.69714/am5r6c30>.
- Alviani, N. A., & Munawaroh, M. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Master Manajemen*, 3(1), 134-140. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>.
- Andani, A., Novianta, E., Budhi, A. F., Arya, A., Sabina, Z., & Sari, W. I. (2024). Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap perusahaan start-up di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1), 01-11. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.797>.
- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 132-142. <http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v7i2.33958>.
- Arjang, A., Wadu, R. M. B., & Kraugusteeliana, K. (2025). Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1608-1618. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15190>.
- Arjang, A., Yani, A., & Suparwata, D. O. (2025). Peran strategis sistem informasi bisnis dalam sinkronisasi pengelolaan talenta, penguatan branding, inovasi layanan, dan peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 665-675. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14839>.
- Ernestivita, G., & Subagyo, S. (2023). Digital Transformation, Marketing, Business Size, Financial Literation On Smes'competitive Advantage. *Trikonomika*, 22(2), 100-107. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v22i2.4357>.
- Farida, E. A., Fathoni, M., Fitria, T. D., & Firdaus, M. A. (2025). Strategi inklusif untuk penguatan UMKM dan optimalisasi peran teknologi dalam meningkatkan daya saing di era digital. *Benefit:*

- Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 3(2), 695-709.
<https://doi.org/10.70437/benefit.v3i2.1159>.
- Hambali, D., Jibrail, A., & Hasri, D. A. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui Digital Marketing Berbasis Media Sosial pada Era Ekonomi Digital. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 5(2), 1276-1283. <https://doi.org/10.59025/bw1mxv11>.
- Iskandar, I. (2025). Peran Strategis Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Tekstil Indonesia. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(4), 498-506. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i4.2089>.
- Istikharoh, L., Pertiwi, Y. A. N., Rahmawati, M., Firdaus, D., Halawa, T. D., & Ramadhan, C. T. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner pada Yohana Kitchen Jakarta. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(3), 1008-1017. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2618>.
- 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>.
- Muslihah, S., & Ginting, A. L. (2024). Peran Inovasi Teknologi Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm: Studi Kasus Implementasi Solusi Digital Di Sektor Ekonomi Kelurahan Tegal Sari Mandala I Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 248-261. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.145>.
- Nisa, K., Alia, N., & Fitriani, W. (2025). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 4, pp. 250-258). <https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.335>.
- Pratama, G., Sumana, M. D. R., Adipurno, S., Fauziyah, S. N., Kusuma, M. M., & Ajizah, N. (2025). Strategi digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *Jurnal Study Islam*, 1(01), 1-7. <https://doi.org/10.65310/v64nwp32>.
- Ramadhani, N. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk peningkatan daya saing di era ekonomi digital. *Journal of Community Action*, 1(2), 42-49. <https://doi.org/10.70716/joca.v1i2.114>.
- Safitri, C., Astuti, S., & Fitriana, O. (2024). Pelatihan digital of thing (dibot) dalam mengoptimalkan kinerja umkm: analisis penerapan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(1), 76-86. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i1.610>.
- Sahrul, E. A., & Nuringasih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286-299. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i2.23293>.
- Sholihin, U. (2024). Meningkatkan daya saing pasar UMKM melalui transformasi digital. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(2), 100-114. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512>.
- Zikri, H. (2024). Transformasi ekonomi digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM di Indonesia. *Glossary: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 16-25. <https://doi.org/10.52029/gose.v2i1.206>.