

Implementasi UMKM Digital Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat Indonesia

¹Akka Latifah Jusdienar, ²Widya Nengsih, ³Ratnawita
¹Manajemen, Universitas Mitra Bangsa, Jakarta Selatan
²Manajemen, Universitas Mitra Bangsa, Jakarta Selatan
³Manajemen, Universitas Mitra Bangsa, Jakarta Selatan

E-mail: ¹akkayusdinar@gmail.com, ²widyanengsih0902@gmail.com,
³witadosen@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang berperan krusial dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB). Keberadaan UMKM juga membantu menekan angka pengangguran dan kemiskinan karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain itu, UMKM terbukti memiliki daya tahan yang tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi, terutama karena sifat usahanya yang tidak terlalu bergantung pada modal besar maupun pendanaan asing. Namun, seiring dengan berkembangnya era digital, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan teknologi agar dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga, mempercepat akses informasi, serta memperkuat daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi UMKM digital terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data melalui Smart PLS versi 4. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai outer loading lebih besar dari 0,70, yang berarti indikator yang digunakan valid. Hasil path coefficient menunjukkan adanya pengaruh langsung dengan nilai t-statistic lebih besar dari 1,96, yang mengindikasikan hubungan signifikan. Selain itu, nilai R-Square dan F-Square juga positif, memperkuat bahwa variabel independen (implementasi UMKM digital) berpengaruh terhadap variabel dependen (peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia). Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM merupakan strategi penting dalam memperkuat daya saing nasional sekaligus mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci : *Implementasi, UMKM Digital, Peningkatan, Perekonomian, Masyarakat, Indonesia*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the Indonesian economy, playing a crucial role in job creation, increasing community income, and contributing significantly to the country's gross domestic product (GDP). MSMEs also help reduce unemployment and poverty levels as they are able to absorb a large workforce. In addition, MSMEs have proven to

be more resilient during economic crises because their operations are not heavily dependent on large amounts of capital or foreign investment. However, with the rapid development of digital technology, MSMEs must adapt by embracing digital transformation to expand their market reach, improve time and energy efficiency, accelerate access to information, and enhance competitiveness in an increasingly dynamic business environment. This study aims to analyze the impact of digital MSME implementation on improving the Indonesian community's economy. The research employed a quantitative approach using Smart PLS version 4 for data analysis. The results indicate that the outer loading values were greater than 0.70, confirming that the indicators used were valid. The path coefficient analysis demonstrated a direct effect, with the t-statistic values exceeding 1.96, which indicates significant relationships. Furthermore, the R-Square and F-Square values were positive, strengthening the evidence that the independent variable (digital MSME implementation) significantly influences the dependent variable (improvement of Indonesia's community economy). The findings highlight the importance of digital transformation as a strategic tool for MSMEs to strengthen competitiveness while simultaneously contributing to sustainable economic development in Indonesia..

Keywords: *Implementation, Digital UMKM, Improvement, Economy, Society, Indonesia*

1. PENDAHULUAN

Konteks Ilmu Ekonomi dan Peran UMKM



Gambar 1. (Lukisan Wajah John Adam Smith, 5 Juni 1723 – 17 Juli 1790)

John Adam Smith adalah seorang filsuf berkebangsaan Skotlandia yang menjadi pelopor ilmu ekonomi modern. Ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari perilaku manusia dalam memilih, memanfaatkan, serta mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas. Seperti ditegaskan oleh Smith (1776) yang dikenal sebagai bapak ilmu ekonomi modern, inti dari permasalahan ekonomi adalah bagaimana manusia melakukan pilihan (choice) dalam situasi kelangkaan (scarcity) dan mengambil keputusan (decision making) dengan sumber daya

yang ada. Dalam kehidupan sehari-hari, kelangkaan memaksa manusia untuk menentukan prioritas. Misalnya, masyarakat mendambakan rumah layak, pendidikan berkualitas, serta kehidupan yang sehat dan aman, tetapi semua itu dibatasi oleh pendapatan, harga, serta waktu yang dimiliki (Samuelson & Nordhaus, 2014).

Konteks ini sangat relevan ketika dikaitkan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM menjadi pilar utama perekonomian karena berperan dalam menyerap tenaga kerja, mendistribusikan pendapatan, dan menjaga stabilitas ekonomi nasional. Data Kementerian Koperasi dan UMKM (2023) menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 61% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Peran besar ini menjadikan UMKM sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang tidak bisa diabaikan.

Lebih jauh, UMKM juga terbukti tangguh dalam menghadapi krisis. Misalnya, pada krisis moneter 1998, UMKM menjadi sektor yang relatif

mampu bertahan dibanding perusahaan besar karena sifat usahanya yang tidak terlalu bergantung pada pinjaman asing maupun modal besar (Tambunan, 2019). Ketangguhan UMKM juga terlihat saat pandemi COVID-19, meskipun banyak mengalami tekanan, UMKM mampu bangkit lebih cepat melalui inovasi digital, terutama dengan memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan layanan keuangan digital (Bank Indonesia, 2022)..

Definisi dan Klasifikasi UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM terbagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan dengan kriteria tertentu terkait aset dan omzet tahunan. Kedua, Usaha Kecil, yakni usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan menengah maupun besar. Ketiga, Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi yang memenuhi kriteria tertentu, dengan jumlah kekayaan bersih maupun hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha kecil namun belum mencapai skala usaha besar.

Karakteristik UMKM di Indonesia meliputi kebutuhan modal yang relatif kecil, fleksibilitas dalam mengelola usaha, serta keterikatan yang kuat dengan pasar lokal. Namun, UMKM sering menghadapi kendala seperti keterbatasan akses permodalan, keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya inovasi, serta keterbatasan dalam pemasaran (Primiana, 2019).

Tantangan Utama UMKM

Tantangan yang dihadapi UMKM dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni kendala internal dan kendala eksternal.

Kendala internal meliputi keterbatasan manajemen, inovasi, kualitas sumber daya manusia, serta literasi digital. Masalah ini seringkali membuat

UMKM sulit berkembang, kurang efisien, dan rentan terhadap persaingan.

Kendala eksternal mencakup keterbatasan akses permodalan, tingginya persaingan pasar, serta perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah. Walaupun kebutuhan modal UMKM tidak terlalu besar, banyak pelaku UMKM kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena keterbatasan agunan dan rendahnya literasi keuangan (Suryana, 2020).

Selain itu, perkembangan teknologi digital menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Persaingan tidak hanya datang dari UMKM lain, tetapi juga dari perusahaan besar yang masuk ke pasar yang sama melalui strategi digitalisasi. Oleh karena itu, literasi teknologi menjadi aspek yang sangat penting.

Digitalisasi UMKM sebagai Solusi

Digitalisasi UMKM adalah transformasi model bisnis dari konvensional ke digital dengan memanfaatkan teknologi informasi, platform e-commerce, fintech, big data, serta media sosial untuk operasional, pemasaran, maupun distribusi produk. Implementasi UMKM digital memiliki beberapa manfaat strategis, antara lain:

- a. Memperluas jangkauan pasar: Dengan platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen di luar daerah bahkan menembus pasar internasional (Setiawan & Mulyani, 2021).
- b. Meningkatkan efisiensi operasional: Teknologi digital membantu UMKM menekan biaya produksi, distribusi, dan promosi (Hutabarat et al., 2022).
- c. Mempermudah akses keuangan: Fintech dan layanan pembayaran digital memperluas akses permodalan sekaligus mempercepat transaksi (Bank Indonesia, 2022).

- d. Meningkatkan daya saing: UMKM digital dapat bersaing lebih efektif karena mampu menyesuaikan diri dengan tren pasar secara cepat (Riyanto & Santosa, 2020).

Urgensi Penelitian

Peran UMKM yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia menuntut strategi adaptif untuk menjawab tantangan era digital. Implementasi UMKM digital menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat daya saing sekaligus meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian masyarakat. Dengan adopsi teknologi digital, UMKM diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas akses pasar, serta mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini penting dilakukan karena meskipun banyak literatur membahas UMKM, kajian khusus mengenai implementasi UMKM digital terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia masih relatif terbatas. Kontribusi akademis penelitian ini adalah memberikan kerangka konseptual dan empiris tentang integrasi digitalisasi dengan pemberdayaan UMKM, sementara kontribusi praktisnya memberikan rekomendasi bagi pemerintah, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya.

Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini merumuskan pernyataan masalah “Bagaimana mengimplementasikan UMKM digital agar dapat meningkatkan perekonomian Masyarakat Indonesia”.

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penulisan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis UMKM digital agar dapat meningkatkan perekonomian Masyarakat Indonesia.

2. Dengan berbagai fasilitas system digital dapat mempermudah dan memperluas pengembangan produk-produk UMKM.

2. LANDASAN TEORI

Berikut ini penulis memaparkan UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro kecil menengah. Menurut Halim (2020: 18) UMKM adalah usahayang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumberdaya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat.

Adapun ciri-ciri UMKM adalah bahan baku mudah diperoleh, menggunakan teknologi sederhana sehingga memudahkan alih teknologi, biasanya keterampilan dasar sudah dimiliki secara turun termurun, bersifat padat karya atau menyerap banyak tenaga kerja, peluang pasar luas, produknya mudah didapatkan di daerah atau pasar setempat atau domestic dan sering kali produknya berpotensi untuk diekspor.

Dengan berjalannya waktu dan semakin berkembangnya teknologi, maka banyak berbagai fasilitas, yang berawal secara manual kemudian berlanjut sampai ke digital. Hal tersebut karena tujuan utamanya adalah kecepatan dalam menyampaikan ilmu, skill, pengalaman, fungsi dan sebagainya.

Sesuai judul yang peneliti paparkan, maka penulis menyampaikan beberapa fasilitas digital untuk UMKM mencakup platform e-commerce seperti shopee, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya untuk memperluas pasar, alat pemesanan digital media sosial, google untuk promosi, system pembayaran digital QRIS, dompet digital, untuk bertransaksi, software manajemen bisnis POS, untuk efisiensi operasional, yang

semuanya bertujuan meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi dan daya saing antar UMKM.

Berikut ada beberapa fasilitas teknologi digital yang dapat digunakan oleh UMKM

1. Untuk pemasaran dan penjualan, menggunakan platform e-commerce yang memungkinkan UMKM menjual produk secara online di berbagai daerah, bahkan hingga pasar Internasional, melalui situs Tokopedia, Tiktok dan sebagainya. Media social digunakan untuk membangun brand awareness, berinteraksi dengan pelanggan dan melakukan pemasaran melalui aneka platform. Sedangkan alat pemasaran digitalnya Adalah : tools seperti Canva untuk mendesign grafis, dan meta bisnis untuk mengelola pemasaran digital.
2. Untuk transaksi dan keuangan meliputi berbagai system pembayaran melalui GoPay, OVO, dan QRIS, gunakanya untuk meudahkan sekaligus juga mengamankan transaksi non tunai.
3. Yuliawati, A. K., & Aryanti, A. N. (2023). Untuk operasi bisnis, system point of sale (POP) bukan hanya untuk kasir tetapi juga mencatat penjualan, mengelola stock dan menghasilkan laporan secara otomatis. Selain itu ada aplikasi manajemen inventaris untuk membantu mengelola stock barang, gunanya untuk mencegah kekurangan dan kelebihan stock barang.
4. Untuk kolaborasi dan penyimpanan data dapat menggunakan aplikasi kolaborasi agar memungkinkan kerja team secara efisien, terutama untuk bisnis yang karyawannya bekerja secara jarak jauh.

Dengan memanfaatkan berbagai teknologi digital ini maka UMKM dapat meningkatkan daya efisiensi operasional,

memperluas jangkauan pasar dan pada akhirnya meningkatkan penghasilan perekonomian Masyarakat Indonesia.

Untuk mempermudah pemahan article ini penulis lampirkan kerangka pemikiran menggunakan dua variable yaitu variabel X dan variable Y



Gambar 2. (Kerangka Pemikiran)

Variable X adalah variable implementasi UMKM digital, merupakan variable independent yaitu variable yang mempengaruhi atau variable bebas, sedangkan variable Y adalah variable perekonomian Masyarakat Indonesia atau variable dependen yaitu variable yang terikat atau variable yang dipengaruhi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan literatur (literatur review) yang berfokus pada berbagai penelitian terdahulu, jurnal, artikel resmi pemerintah yang dipublikasikan. Hal itu agar UMKM dapat memperluas jaringan pemasaran produk-produk yang dimiliki oleh suatu daerah, sehingga lebih banyak dikenal oleh Masyarakat baik Masyarakat domestik maupun Masyarakat Internasional.

Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat sekunder, yang mana data-data berikut ini penulis dapatkan melalui social media, jurnal-jurnal nasional juga Internasional dengan berbagai tokoh dan ahli di bidang UMKM digital yang dapat diterapkan dalam kehidupan Masyarakat Indonesia khususnya bidang UMKM digital.

Teknik pengumpulan data

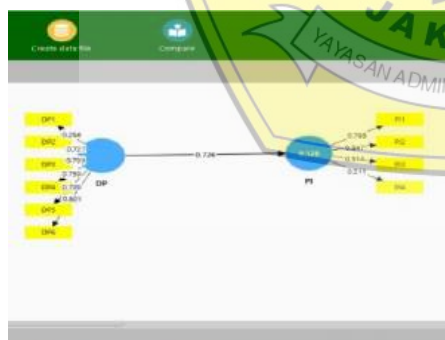
Proses pengumpulan data penulis lakukan melalui:

- Melalui data questioner yang didapatkan menggunakan google form
- Kemudian diolah menggunakan aplikasi SEM smart PLS versi 4.0
- Hal tersebut untuk memudahkan mendapatkan hasil yang valid

Melalui metodologi ini, peneliti diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai UMKM digital untuk membantu meningkatkan perekonomian Masyarakat Indonesia serta dapat memberikan kontribusi secara teoritis juga praktis untuk pengembangan literatur akademik dan peningkatan publikasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variable yaitu variable X adalah variable implementasi UMKM digital dan variable Y adalah peningkatan perekonomian Masyarakat Indonesia.



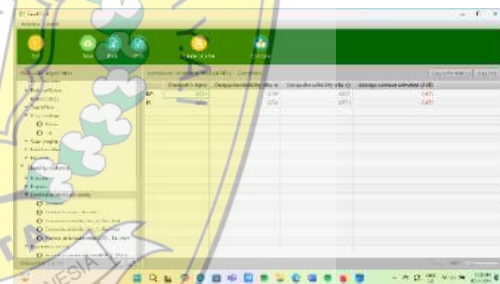
Gambar 3. (hasil olah data PLS algoritma)

Dari olah data diatas menunjukkan hasil bahwa indicator implementasi UMKM meliputi 1) teknologi digital 2)jangkauan pasar, 3) efisiensi, 4) akses informasi, 5) pendanaan dan , 6) daya saing. Sedangkan indicator unutm peningkatan perekonomian Masyarakat

Indonesia adalah 1) lapangan kerja, 2) pendaapatan, 3) kesejahteraan, 4) kontribusi PDB.dari olah data hasilnya signifikan yang mana menunjukkan bahwa variable X berpengaruh terhadap variable peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia secara signifikan.

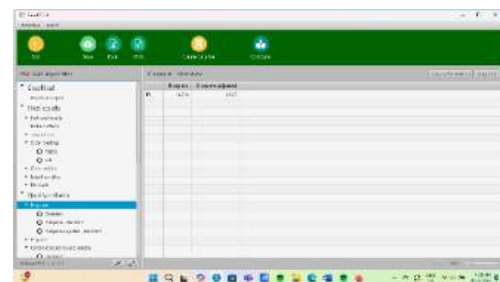
Dalam penelitian ini penulis ingin mendapatkan data melalui questioner yang dikirim melalui google form yang kemudian diapatkan sampel sebanyak 90 orang. Dari sampel tersebut diolah menggunakan smart PLS versi 4.0 yang menunjukkan hasil algoritmnnya sebagai berikut :

Dari tokoh SEM *Her etal* mengatakan bahwa jika hasil indicator dari hasil olah data PLS algoritma menunjukkan 0,70 maka menunjukkan bahwa data tersebut valid.



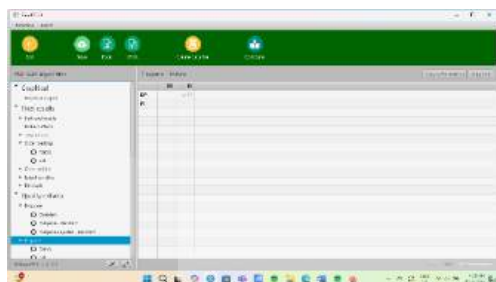
Gambar 4. (Olah Data Outer loading reliabilitas dan validity)

Dan dari outer loading reliabilitas dan validity hasil croncbach alfa sebesar 0,754 yang mana hal itu menunjukkan bahwa data valid.



Gambar 5. (Olah Data PLS Algoritma Rsquare)

Untuk Rsquare menunjukkan 0,50 yang mana hasilnya positif dan menunjukkan bahwa variable independent mempunyai pengaruh ke variable dependen.



Gambar 6. (Olah Data PLS Algoritma Fsquare)

Dan untuk hasil Fsquare juga menunjukkan hasil yang positif sehingga menunjukkan hasil variable independent berdampak pada variabel dependen.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian diatas bahwa implementasi UMKM digital dengan menggunakan segala kemudahan digital, seperti:

1. dapat meningkatkan perekonomian Masyarakat Indonesia.
2. Dapat memperluas lapangan kerja
3. Lebih efisien waktu dan tenaga
4. Memperluas akses informasi, tidak hanya domestic tetapi juga Internasional.
5. Dari system pendanaan lebih murah
6. Memiliki daya saing yang tinggi namun juga menghasilkan produk yang tinggi.

Dengan demikian UMKM digital ini perlu dipertahankan dan tetap mengikuti perkembangan teknologi.

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Puja dan puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat Rahmat dan karunia-NYA artikel yang berjudul “Implementasi UMKM Digital Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat Indonesia.” ini dapat terselesaikan. Dengan terselsaikkannya artikel ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terimakasih khusus kepada keluarga dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan moral dan materil.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). *UMKM di Era Digital: Strategi Bertahan dan Berkembang*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What VUCA really means for you. *Harvard Business Review*, 92(1), 27–42.
- Hutabarat, R., Sari, D. P., & Nugroho, B. (2022). Digitalisasi UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 145–160.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2023). *Laporan Tahunan UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Primiana, I. (2019). *Ekonomi UMKM dan Pembangunan Berkelanjutan*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, S., & Santosa, A. (2020). Digital economy and MSMEs competitiveness: A case study of Indonesian SMEs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 250–262.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2014). *Economics* (19th ed.). New York: McGraw-Hill.

- Setiawan, A., & Mulyani, T. (2021). Pemanfaatan e-commerce untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Digital*, 9(1), 35–48.
- Suryana. (2020). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Widodo, S., & Pratiwi, R. (2019). Financial inclusion and MSMEs' access to financing in Indonesia. *Journal of Development Economics*, 7(2), 112–130.
- Wulandari, S., & Hidayat, A. (2021). The role of fintech in improving financial access for MSMEs. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1), 14–27.
- Yuliana, N., & Putra, A. (2022). Digital transformation of SMEs in the COVID-19 era. *International Journal of Business and Technology*, 10(3), 56–70.
- Zulkarnain, M., & Safitri, L. (2018). The challenges of SMEs in Indonesia: An overview. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 77–89.
- OECD. (2021). *SMEs and Entrepreneurship Outlook 2021*. Paris: OECD Publishing.