

Digitalisasi dan Kolaborasi Sebagai Upaya Ketahanan Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Andi Astuti^{*1}, Mahfudnurnajamuddin², Imaduddin³

^{1,2,3}Universitas Muslim Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 22 2025

Accepted January 29, 2026

Available online 01 February 2026

Kata Kunci:

Digitalisasi, UMKM, Kolaborasi, Efisiensi Operasional

Keywords:

Digitalization, MSMEs, Collaboration, Operational Efficiency



This is an open access article under the CC BY-SA license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Lembaga Penerbitan dan Publikasi Ilmiah (LPP) Universitas Muhammadiyah Palopo.

optimalisasi digitalisasi, UMKM memiliki potensi besar untuk menghadapi tantangan global dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

ABSTRAK

Digitalisasi telah menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi dalam meningkatkan kolaborasi antar UMKM. Pendekatan deskriptif-analitik digunakan untuk menggambarkan fenomena digitalisasi secara rinci dan mengidentifikasi hubungan dengan kolaborasi UMKM. Data diperoleh melalui tinjauan literatur, studi kasus, dan observasi pada UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mempermudah UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Selain itu, digitalisasi membuka peluang kolaborasi melalui pertukaran informasi, berbagi sumber daya, dan partisipasi dalam promosi bersama. Koperasi modern juga menjadi wadah strategis yang mendukung kolaborasi antar UMKM dengan menyediakan akses pembiayaan, pelatihan, dan layanan lainnya. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan akses teknologi di daerah terpencil masih menjadi hambatan utama. Penelitian ini menekankan pentingnya dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait untuk menyediakan pelatihan, pendampingan, dan subsidi teknologi bagi UMKM. Digitalisasi tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan daya saing tetapi juga langkah strategis untuk menciptakan inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Dengan

ABSTRACT

Digitalization has become a crucial factor in supporting the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. This study aims to analyze the role of digitalization in enhancing collaboration among MSMEs. A descriptive-analytical approach was employed to provide an in-depth depiction of digitalization phenomena and to identify its relationship with MSME collaboration. Data were collected through literature reviews, case studies, and observations of MSMEs that have adopted digital technology. The findings reveal that digitalization facilitates MSMEs in accessing broader markets, improving operational efficiency, and strengthening customer relationships. Additionally, digitalization creates opportunities for collaboration through information exchange, resource sharing, and joint promotion participation. Modern cooperatives also serve as strategic platforms supporting MSME collaboration by providing access to financing, training, and other services. However, challenges such as low digital literacy, limited infrastructure, and restricted technology access in remote areas remain significant barriers. This study emphasizes the importance of support from the government and related institutions in providing training, mentoring, and technology subsidies for MSMEs. Digitalization is not merely a tool for enhancing competitiveness but also a strategic step toward fostering innovation and inclusive economic growth. By optimizing digitalization, MSMEs have the potential to tackle global challenges and contribute to sustainable economic development.

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi pilar utama dalam mendukung ketahanan ekonomi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era modern. Di Indonesia, UMKM memegang peranan strategis sebagai kontributor utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019, menunjukkan bahwa sektor ini terus tumbuh secara signifikan (Kementerian Koperasi

& UKM, 2021). Peran UMKM tidak hanya terbatas pada kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tetapi juga sebagai penyedia lapangan kerja terbesar di negara ini. Namun, di tengah tantangan globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, digitalisasi muncul sebagai peluang sekaligus kebutuhan bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif. Pandemi COVID-19 telah menjadi katalis utama dalam percepatan adopsi teknologi digital di berbagai sektor, termasuk UMKM. Pembatasan sosial yang diterapkan selama pandemi memaksa pelaku usaha untuk beralih ke platform digital guna mempertahankan kelangsungan bisnis mereka (Nugroho, 2022). Digitalisasi yang semula dianggap sebagai alternatif, kini telah menjadi strategi inti untuk bertahan dan berkembang. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM tidak hanya dapat mengoptimalkan proses bisnis, tetapi juga menjangkau pasar yang lebih luas dan menciptakan inovasi yang sesuai dengan dinamika pasar (Artanto, Kusnarto, & Sholihatin, 2022). Dalam konteks ini, teknologi digital berfungsi sebagai penggerak transformasi bisnis yang membuka jalan bagi UMKM untuk bersaing secara global.

Namun, adopsi teknologi digital di sektor UMKM tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha. Selain itu, keterbatasan akses terhadap teknologi canggih dan kendala finansial sering kali menjadi penghalang bagi UMKM untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasi mereka (Pimoljinda & Siriprasertchok, 2018). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, dan dukungan terhadap UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dalam konteks Indonesia, potensi digitalisasi sebagai penggerak utama ketahanan ekonomi UMKM tidak hanya terletak pada efisiensi operasional tetapi juga pada peluang untuk menciptakan kolaborasi yang lebih baik antar pelaku usaha. Kolaborasi melalui teknologi digital memungkinkan UMKM untuk berbagi sumber daya, saling mendukung, dan menciptakan sinergi yang dapat memperkuat daya saing mereka di pasar domestik maupun internasional (Prabowo, Arisha, Triyana, & Baharudin, 2021). Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan memahami bagaimana kolaborasi dapat berkontribusi terhadap peningkatan ketahanan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi dalam meningkatkan kolaborasi dan ketahanan ekonomi UMKM di Indonesia. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan inovasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam proses digitalisasi dan menawarkan rekomendasi strategis untuk mengatasi hambatan tersebut.

Sebagai langkah awal, penelitian ini akan melakukan tinjauan literatur untuk memahami konsep digitalisasi dalam konteks UMKM serta manfaat yang dapat diperoleh dari adopsi teknologi digital. Selanjutnya, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, termasuk aspek literasi digital, akses teknologi, dan kapasitas finansial. Dengan memahami peluang dan tantangan yang ada, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku UMKM serta pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung transformasi digital. Selain itu, penelitian ini juga akan menyoroti pentingnya kolaborasi antar UMKM sebagai strategi untuk meningkatkan ketahanan ekonomi. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat menciptakan jaringan kerja sama yang kuat, berbagi pengetahuan, dan mengembangkan solusi inovatif untuk menghadapi tantangan pasar. Oleh karena

itu, penelitian ini akan memberikan perhatian khusus pada peran teknologi digital dalam memperkuat kolaborasi dan sinergi antar pelaku UMKM di Indonesia.

Penelitian ini memiliki signifikansi yang penting baik dari segi akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur yang membahas hubungan antara digitalisasi, kolaborasi, dan ketahanan ekonomi UMKM. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, penelitian ini juga relevan untuk memahami bagaimana transformasi digital dapat membantu UMKM tetap kompetitif di pasar yang semakin kompleks. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung digitalisasi UMKM. Dengan memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM, pemerintah dapat merancang program-program yang lebih efektif untuk mendorong adopsi teknologi di sektor ini (Kementerian Koperasi & UKM, 2021). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mendorong pelaku UMKM untuk lebih proaktif dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital.

Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan wawasan akademis tetapi juga solusi praktis untuk mendorong digitalisasi di sektor UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan ketahanan ekonomi mereka. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi digital dan kolaborasi dalam mendukung keberlanjutan bisnis kecil di era digital (Nugroho, 2022). Lebih jauh, penelitian ini diharapkan dapat mendorong diskusi lebih lanjut mengenai strategi dan kebijakan yang diperlukan untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, UMKM diharapkan dapat mengatasi tantangan ekonomi dan bersaing secara global. Digitalisasi adalah langkah krusial bagi UMKM untuk meningkatkan ketahanan ekonomi mereka. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek dari proses digitalisasi serta tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM dalam upaya meningkatkan daya saing mereka. Melalui analisis mendalam tentang peran digitalisasi dalam kolaborasi antar UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha serta pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan sektor UMKM di Indonesia.

Sejalan dengan itu, literasi digital menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM, karena kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi secara efektif sangat memengaruhi keberlanjutan bisnis mereka (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Selain aspek teknologi, kolaborasi antar pelaku UMKM dan dukungan pemangku kepentingan juga terbukti mampu memperkuat kapasitas adaptif UMKM dalam menghadapi tekanan ekonomi dan persaingan global (UNDP, 2021; World Bank, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi proses digitalisasi, tantangan implementasi, serta peran kolaborasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, sehingga dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan pemanfaatan teknologi digital yang optimal, UMKM diharapkan mampu meningkatkan inovasi, memperluas akses pasar, dan memperkuat ketahanan ekonomi secara berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional.

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 *Defenisi Digitalisasi*

Digitalisasi merupakan proses mengintegrasikan teknologi digital ke dalam berbagai aspek operasional bisnis, mulai dari manajemen, pemasaran, hingga distribusi produk. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digitalisasi memungkinkan transformasi cara kerja yang lebih efisien dan produktif. Proses ini tidak hanya melibatkan pengadopsian perangkat lunak atau platform digital tetapi juga perubahan pola pikir di dalam organisasi untuk memahami pentingnya teknologi dalam mencapai tujuan bisnis (Siregar & Sudarmanto, 2023). Pada UMKM, digitalisasi mencakup penggunaan teknologi seperti aplikasi manajemen inventaris berbasis cloud, perangkat lunak akuntansi, dan platform e-commerce. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM dapat mengurangi ketergantungan pada proses manual, sehingga mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan produktivitas (Santi, Parawangsa, Parani, & Lamusa, 2024).

Digitalisasi juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui penggunaan media sosial, aplikasi pengiriman, serta berbagai kanal digital lainnya (Handayani, & . 2023). Namun, digitalisasi bukan hanya tentang pengadopsian teknologi baru. Proses ini mencakup perubahan budaya kerja di mana setiap individu dalam organisasi harus memiliki literasi digital yang cukup untuk memanfaatkan teknologi secara optimal. Hal ini melibatkan pelatihan dan pengembangan keterampilan untuk memastikan bahwa pelaku usaha dapat mengoperasikan perangkat teknologi dengan baik (Sasa, Adi, Triono, & Supanto, 2021). Dengan demikian, digitalisasi menjadi landasan penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di era globalisasi.

2.2 *Manfaat Digitalisasi bagi UMKM*

Digitalisasi memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek operasional UMKM. Berikut adalah beberapa manfaat utama yang ditawarkan oleh digitalisasi:

a. Memperluas Jangkauan Pasar

Melalui platform digital seperti e-commerce dan media sosial, UMKM dapat memperluas akses pasar mereka tanpa harus membuka toko fisik. Kehadiran online memungkinkan UMKM untuk menawarkan produk mereka kepada konsumen di berbagai wilayah, baik nasional maupun internasional (Soegoto & Septiawan, 2018; Soes & Care, 2024).

b. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Penggunaan perangkat lunak manajemen seperti aplikasi akuntansi atau sistem inventaris berbasis cloud memungkinkan UMKM untuk mengelola operasi bisnis dengan lebih efisien. Hal ini tidak hanya mengurangi beban kerja tetapi juga meminimalkan kesalahan manusia yang dapat terjadi dalam proses manual (Suhayati & Riandani, 2019).

c. Mengotomatiskan Proses Bisnis

Digitalisasi memungkinkan otomasi dalam berbagai proses, seperti pembayaran, manajemen stok, dan pengiriman barang. Dengan proses yang lebih otomatis, pelaku usaha dapat mengalokasikan sumber daya untuk kegiatan yang lebih strategis (Siregar & Sudarmanto, 2023).

d. Meningkatkan Kualitas Hubungan dengan Pelanggan

Melalui media sosial dan platform digital lainnya, UMKM dapat membangun interaksi yang lebih baik dengan pelanggan. Mereka dapat memberikan pelayanan yang lebih personal, menangani keluhan dengan cepat, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Hardi & Arifin, 2023). Interaksi yang konsisten dan responsif juga mendorong terciptanya hubungan jangka panjang yang berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan. Selain

itu, pemanfaatan fitur analitik pada platform digital membantu UMKM memahami perilaku konsumen secara lebih akurat sehingga strategi pemasaran dapat disusun secara lebih tepat sasaran e. Mendukung Pengambilan Keputusan Strategis

Digitalisasi menyediakan akses ke data analitik yang dapat digunakan untuk memahami perilaku pelanggan, tren pasar, dan kinerja bisnis. Informasi ini sangat penting dalam membantu pelaku usaha untuk mengambil keputusan yang lebih tepat dan strategis (Liu, Wan, & Yu, 2023).

2.3 *Kolaborasi Antar UMKM*

Salah satu aspek penting dari digitalisasi adalah bagaimana teknologi ini mendukung kolaborasi antar UMKM. Kolaborasi yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk saling berbagi sumber daya, informasi, dan pengalaman yang berharga. Dengan adanya platform digital, kolaborasi menjadi lebih mudah dilakukan tanpa hambatan geografis (Reswari, 2023). Contoh konkret adalah penggunaan aplikasi berbasis komunitas untuk menghubungkan pelaku UMKM dalam jaringan yang saling mendukung. Misalnya, sebuah asosiasi UMKM di sektor agribisnis dapat menggunakan aplikasi berbasis teknologi untuk berbagi informasi tentang pemasok bahan baku atau metode produksi terbaru.

2.4 *Keuntungan Kolaborasi Antar UMKM*

Beberapa manfaat atau keuntungan yang diperoleh dari kolaborasi antar UMKM yaitu sebagai berikut:

a. Efisiensi Operasional

Kolaborasi memungkinkan pelaku usaha untuk berbagi sumber daya seperti fasilitas produksi, distribusi, atau logistik. Dengan sinergi ini, UMKM dapat mengurangi biaya operasional sekaligus meningkatkan efisiensi (Irianto, 2016).

b. Posisi Tawar yang Lebih Kuat

Melalui kolaborasi, UMKM dapat membentuk aliansi atau konsorsium untuk meningkatkan posisi tawar mereka terhadap pemasok atau distributor besar. Hal ini memberikan keuntungan strategis dalam menghadapi tekanan pasar (Soedarso, Utomo, Suryani, Endarko, & Ahmad, 2023).

c. Peluang Inovasi

Digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk berinovasi bersama, misalnya dengan menciptakan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar. Dengan berbagi ide dan keahlian, UMKM dapat menghasilkan solusi yang lebih kreatif dan relevan (Haryanto, Delfina, Jessica, Chang, & Quinn, 2022).

2.5 *Tantangan Dalam Kolaborasi Antar UMKM*

Meskipun kolaborasi memberikan banyak manfaat, pelaku UMKM sering menghadapi tantangan, seperti kurangnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil. Hal ini seringkali menjadi hambatan utama dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Selain itu, perbedaan visi atau kepentingan antara pelaku usaha juga dapat menghambat proses kolaborasi (Erlanitasari, Rahmanto, & Wijaya, 2019). Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan dukungan dari pemerintah, asosiasi bisnis, dan lembaga pendidikan dalam menyediakan pelatihan serta pendampingan bagi UMKM. Program-program ini harus dirancang untuk meningkatkan literasi digital sekaligus mempromosikan kolaborasi yang berkelanjutan.

Digitalisasi menjadi elemen krusial dalam transformasi UMKM di era modern. Dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses bisnis, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka (Siregar & Sudarmanto, 2023). Selain manfaat yang ditawarkan oleh digitalisasi, kolaborasi antar

UMKM menjadi aspek penting yang perlu diperkuat. Dengan bekerja bersama, pelaku usaha kecil dapat saling mendukung dalam menghadapi tantangan pasar, menciptakan inovasi, dan meningkatkan efisiensi produksi. Namun, keberhasilan dalam digitalisasi dan kolaborasi memerlukan literasi digital yang baik serta dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga terkait. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang dan bersaing di pasar global.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi dan mengkaji fenomena yang diamati secara komprehensif. Metodologi ini menyelidiki detail rumit dari pokok bahasan secara sistematis, memberikan representasi akurat melalui lensa kualitatif (Rosele, Muneem, Rahman, & Ali, 2022). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam tentang fenomena digitalisasi dan kolaborasi UMKM serta menganalisis hubungan antara kedua variabel tersebut. Data yang digunakan bersumber dari literatur yang relevan, termasuk studi kasus meliputi penggunaan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital pada UMKM di Indonesia, seperti UMKM Batik Online “Batik Nusantara” yang menjual produk melalui website & e-commerce, “Warung Kopi Nusantara” (Warung Kopi dengan Teknologi Mobile) yang memberikan promosi lewat platform digital dan berinteraksi pelanggan via media sosial. Studi kasus ini bertujuan memahami praktik-praktik digitalisasi yang diterapkan oleh UMKM serta dampaknya terhadap kolaborasi dan kinerja bisnis mereka. Pengumpulan data dilakukan melalui gabungan beberapa literatur, baik dari jurnal nasional maupun jurnal internasional dengan tujuan untuk menggali teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan digitalisasi dan kolaborasi UMKM. Literatur ilmiah yang dianalisis mencakup artikel jurnal, buku, dan dokumen lainnya. Kedua, studi kasus dilakukan pada UMKM yang telah berhasil menerapkan digitalisasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-analitik kualitatif, karena mampu memberikan gambaran komprehensif dan interpretatif terhadap fenomena digitalisasi dan kolaborasi UMKM, serta menjelaskan hubungan antara berbagai aspek fenomena secara mendalam. Pendekatan ini memungkinkan penelitian memberikan gambaran jelas tentang bagaimana digitalisasi berperan dalam meningkatkan kolaborasi UMKM di Indonesia. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar bagi strategi pengembangan UMKM melalui digitalisasi, baik bagi pelaku usaha maupun pemerintah. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM sekaligus memperkuat kolaborasi antar pelaku usaha dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

4. HASIL

4.1 *Peran Digitalisasi dalam Kolaborasi UMKM*

Digitalisasi telah menjadi pendorong utama dalam mempercepat kolaborasi antar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan platform digital, UMKM yang sebelumnya terbatas pada pasar lokal kini dapat memperluas jangkauan mereka ke pasar global. Peningkatan ini sangat terasa, terutama melalui penggunaan e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi yang mendukung interaksi antar pelaku bisnis secara lebih efisien dan efektif. Hal ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh dan berkolaborasi dengan berbagai pihak. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan tahun 2023, transaksi e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, mencapai Rp.533 triliun, meningkat dibandingkan dengan Rp.476 triliun pada tahun sebelumnya

(Amartha, 2023). Angka ini menunjukkan bahwa adopsi digitalisasi di kalangan UMKM Indonesia terus berkembang pesat, dan keberadaan platform digital seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee telah memungkinkan UMKM untuk lebih mudah mengakses pasar yang lebih luas. Peningkatan transaksi ini juga mencerminkan bagaimana UMKM dapat berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemasok, distributor, dan bahkan konsumen secara langsung melalui media digital.

Selain itu, digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mempercepat proses komunikasi dan transaksi, yang sebelumnya memerlukan waktu lebih lama. Dengan adanya media sosial dan aplikasi berbasis teknologi, UMKM bisa lebih mudah berinteraksi dengan pelaku usaha lainnya, baik dalam lingkup lokal maupun internasional. Kolaborasi yang terjalin melalui platform digital ini membuka peluang bagi UMKM untuk berbagi informasi, berdiskusi mengenai tren pasar, serta berbagi pengetahuan tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan (Haryanto et al., 2022). Salah satu contoh yang menonjol adalah UMKM di sektor kerajinan tangan. Sebelumnya, banyak UMKM ini hanya bisa melayani pasar lokal, namun berkat penerapan digitalisasi, mereka kini mampu menjangkau pelanggan internasional. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan marketplace digital, pengrajin dapat memamerkan karya mereka dan mendapatkan pelanggan dari luar negeri. Bahkan, beberapa di antaranya berhasil melakukan kolaborasi dengan bisnis internasional, baik dalam bentuk pengadaan bahan baku maupun pemasaran produk mereka. Kolaborasi antar UMKM juga semakin terfasilitasi melalui platform digital yang menawarkan ruang bagi mereka untuk bekerja sama dalam bentuk kemitraan, baik dalam pengembangan produk, distribusi, atau promosi.

Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya mempermudah UMKM dalam berinteraksi dengan konsumen tetapi juga memberikan peluang bagi mereka untuk saling mendukung dan memperkuat jaringan bisnis mereka (Yunianto & Taryadi, 2022). Dengan berbagi sumber daya dan informasi, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dalam beberapa kasus, kolaborasi antar UMKM yang terhubung melalui platform digital bahkan melahirkan inovasi produk baru yang lebih kreatif dan dapat diterima pasar lebih luas. Sebagai contoh, UMKM yang bergerak di bidang kuliner dapat bekerja sama dengan UMKM di bidang pengemasan atau distribusi untuk menciptakan produk makanan yang lebih efisien dan mudah diakses oleh konsumen.

4.2 *Peningkatan Efisiensi Operasional*

Digitalisasi telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional UMKM di Indonesia. Dengan memanfaatkan berbagai perangkat lunak manajemen dan aplikasi digital, UMKM dapat mengoptimalkan pengelolaan bisnis mereka, mulai dari pengelolaan inventaris hingga transaksi, yang sebelumnya memakan banyak waktu dan rentan terhadap kesalahan manusia. Proses yang lebih terotomatisasi ini tidak hanya mengurangi beban administratif tetapi juga menghemat biaya operasional, yang sangat penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan UMKM. Salah satu bentuk efisiensi yang paling terasa adalah dalam pengelolaan inventaris. Sebelumnya, banyak UMKM yang masih mengandalkan sistem manual untuk mencatat dan memantau stok barang. Hal ini rentan terhadap kesalahan pencatatan yang bisa berujung pada kelebihan atau kekurangan stok yang merugikan bisnis. Namun, dengan adanya perangkat lunak manajemen inventaris berbasis digital, UMKM dapat memantau stok barang secara real-time dan mendapatkan notifikasi otomatis ketika stok mencapai batas tertentu (Handojo, Wibisono, Noertjahyana, & Octavia, 2020). Hal ini memungkinkan pengusaha untuk mengambil tindakan segera, seperti melakukan restock, sehingga memastikan kelancaran operasional dan menghindari potensi kehilangan penjualan.

Digitalisasi juga berperan penting dalam mempercepat proses transaksi dan pengiriman barang. Dengan menggunakan platform digital untuk melakukan transaksi jual beli, UMKM tidak perlu lagi mengandalkan proses manual yang memakan waktu. Pembayaran yang lebih cepat dan mudah,

serta sistem pengiriman yang terintegrasi dengan aplikasi, memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan kecepatan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, aplikasi pengiriman yang terhubung dengan berbagai jasa ekspedisi memungkinkan pengusaha untuk melacak status pengiriman secara langsung, yang meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Selain efisiensi operasional internal, digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk lebih mudah berinteraksi dengan pelanggan. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, atau TikTok memberi UMKM akses langsung untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Pelaku usaha dapat dengan cepat merespons pertanyaan, keluhan, atau permintaan dari pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Media sosial juga memberi UMKM kesempatan untuk mengumpulkan umpan balik yang berguna untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Strategi penggunaan media sosial yang baik juga membuka peluang bagi UMKM untuk memahami kebutuhan pasar secara lebih mendalam. Pelaku usaha dapat menganalisis interaksi pelanggan dengan produk atau layanan mereka melalui fitur analitik yang disediakan oleh platform media sosial. Informasi yang diperoleh dari data ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengusaha untuk terus berinovasi dan menyesuaikan produk serta layanan yang ditawarkan agar lebih sesuai dengan preferensi pelanggan. Hal ini berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, digitalisasi juga memfasilitasi kolaborasi antar UMKM dalam memperkuat rantai pasok dan jaringan distribusi. Penggunaan platform digital untuk berkolaborasi memungkinkan UMKM untuk bekerja sama dengan pemasok atau distributor untuk mempercepat proses produksi dan distribusi. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mengurangi biaya operasional yang timbul dari proses manual dan komunikasi yang tidak efisien.

4.3 *Kolaborasi Antar UMKM*

Digitalisasi membuka peluang baru bagi UMKM untuk membangun kolaborasi yang saling menguntungkan. Kolaborasi ini mencakup berbagai bentuk, seperti berbagi informasi, berbagi pengalaman, hingga koordinasi dalam produksi. UMKM di sektor kuliner, misalnya, telah membentuk jaringan kemitraan untuk berbagi bahan baku, menciptakan menu kolaboratif, dan mempromosikan produk secara bersama-sama melalui platform digital (Muizu & Kaltum, 2019). Selain itu, koperasi modern memainkan peran penting sebagai fasilitator kolaborasi antar UMKM. Dengan bergabung dalam koperasi, UMKM mendapatkan akses ke pembiayaan murah, pelatihan bisnis, dan dukungan operasional lainnya (Suprpto, Santoso, Imam, & Paksi, 2020). Kolaborasi melalui koperasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga membantu UMKM untuk bertahan di tengah dinamika pasar yang semakin kompleks.

4.4 *Inovasi dan Pertumbuhan Ekonomi*

Implementasi digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi UMKM. Dengan akses ke data pasar yang lebih baik, pelaku UMKM dapat menganalisis tren pasar, mengembangkan produk baru, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Digitalisasi memungkinkan respon yang cepat terhadap perubahan permintaan pasar, sehingga pelaku usaha dapat terus relevan dan kompetitif (Nugroho, 2022). Amarta adalah salah satu contoh sukses dari platform digital yang memberdayakan UMKM. Dengan menyediakan layanan pembiayaan berbasis teknologi, Amarta telah membantu banyak UMKM, terutama yang dikelola oleh perempuan di pedesaan, untuk mendapatkan akses modal. Ini menunjukkan bahwa

digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi bisnis tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru yang inklusif (Amartha, 2023).

4.5 *Tantangan Digitalisasi*

Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan, proses digitalisasi UMKM juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan bisnis mereka. Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa daerah, seperti koneksi internet yang lambat atau tidak stabil, menjadi kendala dalam mengadopsi digitalisasi (Siregar & Sudarmanto, 2023). Kurangnya sumber daya finansial juga menjadi tantangan signifikan. Banyak UMKM yang kesulitan untuk berinvestasi dalam teknologi terbaru atau mengikuti pelatihan yang relevan. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan organisasi non-pemerintah sangat diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan ini. Program pelatihan digital, subsidi teknologi, dan akses pembiayaan dapat menjadi solusi strategis untuk mempercepat proses digitalisasi UMKM.

4.6 *Strategi Peningkatan Digitalisasi UMKM*

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi. Pertama, pemerintah perlu memperluas akses pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM. Program pelatihan ini harus mencakup keterampilan dasar, seperti penggunaan perangkat lunak manajemen, pemasaran digital, dan analisis data. Kedua, pembangunan infrastruktur digital di daerah terpencil harus menjadi prioritas agar semua pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses teknologi. Ketiga, kolaborasi antara pemerintah, perusahaan teknologi, dan lembaga keuangan perlu ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung transformasi digital UMKM (Erlanitasari et al., 2019).

Selain itu, pelaku UMKM juga disarankan untuk mulai berinvestasi dalam teknologi sederhana yang dapat diakses sesuai dengan kapasitas mereka. Contohnya adalah memanfaatkan aplikasi gratis atau berbiaya rendah untuk manajemen keuangan, pemasaran, atau komunikasi. Dalam jangka panjang, investasi ini akan memberikan keuntungan besar dalam efisiensi dan produktivitas.

4.7 *Dampak Digitalisasi Bagi UMKM dan Ekonomi Nasional*

Digitalisasi telah membawa dampak positif yang signifikan terhadap UMKM dan perekonomian nasional secara keseluruhan. Dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat kolaborasi, UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai 61,1% pada tahun 2023, dan angka ini diprediksi terus meningkat seiring dengan adopsi digital yang lebih luas. Selain dampak ekonomi, digitalisasi juga mempercepat inklusi keuangan. Platform digital seperti e-wallet dan aplikasi pembayaran online memungkinkan UMKM untuk melakukan transaksi lebih cepat dan aman. Hal ini tidak hanya memudahkan operasional tetapi juga memperluas peluang bagi UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan melalui kredit mikro atau crowdfunding.

Digitalisasi telah membuktikan perannya sebagai katalisator penting dalam meningkatkan kolaborasi dan daya saing UMKM di Indonesia (Muditomo & Setyawati, 2022). Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menciptakan inovasi baru. Selain itu, kolaborasi antar UMKM melalui teknologi digital menjadi strategi efektif dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Namun, untuk memastikan bahwa manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara merata,

perlu ada dukungan yang lebih besar dari pemerintah dan lembaga terkait dalam bentuk pelatihan, infrastruktur, dan akses pembiayaan. Dengan pendekatan yang tepat, digitalisasi tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi tetapi juga sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. UMKM yang melek digital akan memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin ketat.

5. KESIMPULAN

Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan kolaborasi antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan memanfaatkan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi, UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Teknologi digital juga membuka peluang kolaborasi antar UMKM dalam berbagi informasi, sumber daya, dan promosi bersama yang efektif. Selain itu, koperasi modern berperan sebagai fasilitator yang mendukung kolaborasi dan memberikan akses pembiayaan, pelatihan, serta layanan lainnya untuk meningkatkan daya saing UMKM. Dengan penerapan teknologi digital, UMKM juga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka melalui inovasi yang lebih cepat dan responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Transformasi digital ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi pelaku usaha kecil tetapi juga bagi perekonomian nasional, terbukti dari peningkatan kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia. Namun, di balik berbagai manfaatnya, digitalisasi juga menghadapi tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan kesulitan akses terhadap teknologi di daerah terpencil. Oleh karena itu, dukungan pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan lembaga keuangan menjadi sangat penting untuk memberikan pelatihan, subsidi teknologi, serta membangun infrastruktur yang memadai seperti pelayanan wifi yang mudah diakses dan tidak mahal bagi masyarakat. Digitalisasi tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing tetapi juga langkah strategis untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan adopsi digital yang lebih luas dan dukungan yang memadai, UMKM Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menghadapi tantangan pasar global yang semakin kompetitif.

REFERENSI

- A., Handayani, H., & . A. (2023). Business Analysis of Micro Enterprises Sector: Social Media Digital Marketing Approach. *KnE Social Sciences*, 604–618.
- Amartha. (2023). Apa itu Digitalisasi UMKM? Ini Pengertian Dan Strateginya. Retrieved from <https://www.amartha.com>
- Artanto, A. T., Kusnarto, N. H., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal Digitalization of Micro, Small and Medium Enterprises in Building Business Resilience in the New Normal Era. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2).
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2019). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156.
- Handojo, A., Wibisono, M. C., Noertjahyana, A., & Octavia, T. (2020). Inventory Control Application on Indonesia Small Medium Enterprises Using Smartphone. *KnE Life Sciences*, 1–13.

- Hardi, R., & Arifin, A. Z. (2023). Pengaruh information dan communication technology adoption serta digital transformation terhadap asset growth UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(3), 537–548.
- Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran Digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181–186.
- Irianto, D. (2016). Collaborative manufacturing for small-medium enterprises. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 114(1), 12050. IOP Publishing.
- Liu, Q., Wan, H., & Yu, H. (2023). Application and influence of big data analysis in marketing strategy. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 9(3), 168–171.
- Muditomo, A., & Setyawati, N. (2022). Digital Transformation of Small Medium Enterprises: A Descriptive Analysis of Quick Response Indonesia Standard Data. *Jambura Equilibrium Journal*, 4(2).
- Muizu, W. O. Z., & Kaltum, U. (2019). Determining partnership models according to the expectations of culinary smes entrepreneurs. *2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 394–398. Atlantis Press.
- Nugroho, B. (2022). Peran Literasi Digital dan Literasi Keuangan menuju Keberlanjutan dan Ketahanan UMKM. *Dgb.Ui.Ac.Id*, 2–17. Retrieved from <https://dgb.ui.ac.id/wp-content/uploads/123/2023/04/Pidato-Pengukuhan-Prof.-Bernardus-Yuliarto-Nugroho-FIA.pdf>
- Pimoljinda, T., & Siriprasertchok, R. (2018). SMEs development and ASEAN economic integration: An analysis of Singapore and Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(1), 507–518.
- Prabowo, A., Arisha, F., Triyana, D., & Baharudin, A. F. (2021). Smart bumdes: Innovation of E-collaboration and E-commerce for village economic development solution in the new normal era (case study in Batu city). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1077(1), 12011. IOP Publishing.
- Reswari, T. R. W. (2023). Collaborative governance in integrated MSMe management. *Srawung: Journal of Social Sciences and Humanities*, 1–13.
- Rosele, M. I., Muneem, A., Rahman, N. N. B. A., & Ali, A. K. (2022). The digitalized zakat management system in Malaysia and the way forward. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 17(1), 242–272.
- Santi, I. N., Parawangsa, I., Parani, S. B., & Lamusa, F. (2024). Eksplorasi faktor penghambat adopsi digital marketing pada UMKM di Kota Palu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 207–222.
- Sasa, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi usaha kecil menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371.
- Siregar, R., & Sudarmanto, E. (2023). Beyond traditional boundaries: Embracing digital transformation for enhanced management efficiency at micro and small business enterprisess. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(06), 267–279.
- Soedarso, S., Utomo, C., Suryani, A., Endarko, E., & Ahmad, I. S. (2023). *Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Lumajang melalui Pendampingan Kemasan dan Pemasaran Produk*. *Sewagati*, 7(3).

- Soegoto, E. S., & Septiawan, H. (2018). Improving SME Marketing in Belitung District through Online Market. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1), 12043. IOP Publishing.
- Soes, A., & Care, B. (2024). Manfaat Digitalisasi Bagi UMKM: Meningkatkan Daya Saing di Era Modern. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 23–35.
- Suhayati, E., & Riandani, I. (2019). Accounting Application for Small Medium Enterprises. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662(3), 32056. IOP Publishing.
- Suprpto, E., Santoso, D. B., Imam, M. K., & Paksi, G. M. (2020). Does cooperative participant strengthen small and medium enterprises competitiveness in East Java? *International Journal of Project Organisation and Management*, 12(2), 178–189.
- UKM, K. K. dan. *Data Statistik Usaha Mikro Kecil Menengah Tahun 2021*. , (2021).
- Yunianto, E., & Taryadi, T. (2022). Implementasi fuzzy decision making untuk pemilihan marketplace. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 11(1), 100–104.