



Digitalisasi UMKM dan Peningkatan Daya Saing di Pasar Global

Rahmat Hidayat

Jurusan Manajemen, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

*Corresponding Author: rahmat.hidayat@unmul.ac.id

Article History

Manuscript submitted:

02 October 2025

Manuscript revised:

21 October 2025

Accepted for publication:

30 October 2025

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed business ecosystems worldwide, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). In the global market, digitalization serves as a key driver for enhancing competitiveness, efficiency, and market access. This study aims to analyze the impact of digital transformation on MSMEs' competitiveness in the global market. The research applied a mixed-method approach combining survey data from 250 MSMEs in Indonesia with secondary data from international trade reports. The results indicate that digital adoption significantly improves marketing reach, operational efficiency, and innovation capability. However, challenges remain in terms of digital literacy, infrastructure, and regulatory support. The discussion highlights the importance of integrated policies, digital skills training, and financial inclusion to optimize the benefits of digitalization. The findings suggest that digital transformation not only enhances MSMEs' resilience but also positions them as competitive players in global value chains. This study contributes to the growing literature on digital economy and provides policy recommendations for governments, business associations, and entrepreneurs to foster inclusive and sustainable digital growth.

Keywords

*digitalization,
MSMEs,
competitiveness,
global market,
innovation*

Copyright © 2025, The Author(s)

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



How to Cite: Hidayat, R. (2025). Determinasi Kesenjangan Upah antara Pekerja Penyandang Disabilitas dan Non Disabilitas di Jakarta Tahun 2024. *Economics Note*, 1(2), 37-44. <https://doi.org/10.70716/econote.v1i2.82>

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap ekonomi global secara signifikan, termasuk bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang (Setiawan et al., 2025). UMKM tidak hanya berperan dalam menyerap tenaga kerja dan menyediakan sumber pendapatan bagi masyarakat, tetapi juga memiliki kontribusi yang substansial terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Misalnya, di Indonesia UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB dan hampir 97% lapangan kerja (Putra, 2018). Dengan demikian, penguatan kapasitas UMKM melalui digitalisasi menjadi isu strategis untuk mempercepat pembangunan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan daya saing di pasar internasional.

Namun, tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap pasar global, minimnya modal finansial, rendahnya kemampuan adaptasi teknologi, serta kurangnya pengetahuan tentang regulasi internasional (Melo et al, 2023). Kondisi ini menyebabkan UMKM sering terjebak dalam lingkup pasar lokal atau domestik, sehingga peluang untuk berkembang dalam rantai nilai global relatif terbatas. Tantangan lain yang kerap ditemui adalah kesenjangan infrastruktur digital, khususnya di daerah

pedesaan, yang memperlambat penetrasi teknologi dalam proses produksi, pemasaran, maupun manajemen usaha (Rosyidah et al, 2023).

Digitalisasi menawarkan solusi potensial atas permasalahan tersebut. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat membuka akses pasar global melalui e-commerce, memperluas jaringan distribusi dengan marketplace internasional, meningkatkan efisiensi operasional dengan aplikasi manajemen keuangan, serta mendukung inovasi produk berbasis teknologi (Narula, 2020). Studi Shahadat (2023) menegaskan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital memiliki peluang 1,5 kali lebih besar untuk memperluas pasar internasional dibandingkan UMKM konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya menjadi tren, melainkan kebutuhan strategis untuk menghadapi persaingan global yang semakin ketat.

Selain aspek akses pasar, digitalisasi juga berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan kualitas produk UMKM. Penggunaan teknologi analitik, misalnya, memungkinkan pelaku UMKM untuk memahami tren konsumen, mengidentifikasi peluang pasar, serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan lebih tepat sasaran (Bai et al., 2021). Transformasi digital juga mempercepat proses inovasi karena memungkinkan kolaborasi lintas negara, baik melalui platform bisnis digital maupun jejaring kewirausahaan global. Dengan kata lain, digitalisasi dapat menjadi katalis dalam meningkatkan nilai tambah produk UMKM sekaligus memperluas basis konsumennya di pasar global.

Namun demikian, adopsi digital tidak sepenuhnya mudah diterapkan oleh UMKM. Hambatan internal berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan tenaga kerja yang terampil di bidang teknologi, serta resistensi terhadap perubahan menjadi faktor penghambat (Janita & Chong, 2013). Dari sisi eksternal, faktor seperti kebijakan pemerintah, dukungan infrastruktur, dan akses terhadap pembiayaan teknologi juga memainkan peran krusial dalam menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Oleh karena itu, strategi digitalisasi harus dipandang sebagai proses holistik yang melibatkan tidak hanya teknologi, tetapi juga regulasi, ekosistem bisnis, dan sumber daya manusia yang memadai.

Dalam konteks ini, digitalisasi UMKM di Indonesia menghadapi dilema antara potensi besar untuk tumbuh di pasar global dan kendala struktural yang masih membatasi implementasinya. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengevaluasi sejauh mana digitalisasi benar-benar berdampak pada peningkatan daya saing UMKM di tingkat global, serta bagaimana strategi kebijakan dan dukungan ekosistem dapat dioptimalkan agar proses transformasi digital berjalan lebih inklusif dan berkelanjutan.

Namun, tingkat adopsi digital pada UMKM masih belum merata. Faktor-faktor seperti rendahnya literasi digital, terbatasnya infrastruktur internet di wilayah pedesaan, serta kurangnya dukungan regulasi menjadi penghambat utama (Janita & Chong, 2013). Di beberapa daerah, akses internet bahkan masih berada di bawah rata-rata nasional, sehingga pelaku UMKM kesulitan untuk memanfaatkan platform digital secara optimal. Selain itu, biaya investasi awal untuk mengadopsi teknologi baru, seperti perangkat lunak manajemen, aplikasi akuntansi, atau layanan logistik digital, masih dianggap tinggi oleh sebagian besar UMKM dengan keterbatasan modal kerja (World Bank, 2020). Akibatnya, kesenjangan digital antara UMKM yang sudah melek teknologi dan yang belum semakin melebar.

Selain hambatan teknis, terdapat pula aspek budaya dan psikologis yang memengaruhi rendahnya adopsi digital. Banyak pelaku UMKM, khususnya generasi pertama atau pemilik usaha keluarga, masih enggan meninggalkan metode bisnis tradisional yang dianggap lebih aman dan familiar. Penelitian UNCTAD (2021) menunjukkan bahwa resistensi terhadap perubahan sering menjadi faktor signifikan dalam menghambat inovasi digital di kalangan UMKM di negara berkembang. Hal ini diperparah dengan minimnya pendampingan atau program literasi digital yang komprehensif dari pemerintah maupun lembaga swasta.

Lebih jauh, terdapat kesenjangan penelitian mengenai sejauh mana digitalisasi benar-benar meningkatkan daya saing UMKM di pasar global, khususnya dalam konteks negara berkembang. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menekankan pada dampak digitalisasi terhadap penjualan domestik atau efisiensi internal, sementara bukti empiris mengenai penetrasi pasar global masih terbatas (Rosyidah et al, 2023). Padahal, pasar global menuntut standar kualitas, kecepatan layanan, serta kepatuhan terhadap regulasi internasional yang lebih kompleks dibandingkan pasar lokal. Dengan demikian, transformasi digital harus diikuti dengan penguatan aspek manajerial, sertifikasi produk, dan sistem logistik yang terintegrasi.

Beberapa penelitian menekankan bahwa daya saing UMKM bukan hanya bergantung pada kemampuan adopsi teknologi digital, melainkan juga pada kualitas sumber daya manusia (SDM), jejaring bisnis, serta kapasitas inovasi (Bai et al., 2021). Teknologi memang dapat mempercepat proses produksi dan memperluas akses pasar, tetapi tanpa SDM yang kompeten untuk mengelola teknologi tersebut, manfaat digitalisasi tidak akan optimal. Dalam hal ini, peningkatan literasi digital, pelatihan teknis, serta pembekalan keterampilan manajerial menjadi keharusan bagi UMKM agar mampu bersaing secara berkelanjutan.

Selain SDM, jejaring bisnis yang kuat juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. Kolaborasi dengan perusahaan teknologi, penyedia logistik, lembaga keuangan, serta pemerintah dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan digital UMKM. Studi Shahadat (2023) menegaskan bahwa UMKM yang terhubung dengan jejaring bisnis internasional memiliki peluang lebih besar untuk mengakses rantai nilai global. Oleh karena itu, strategi digitalisasi harus dipandang sebagai bagian integral dari pembangunan ekosistem bisnis yang inklusif, di mana kebijakan pemerintah, dukungan infrastruktur, dan akses pembiayaan berperan sama pentingnya dengan teknologi itu sendiri.

Dengan demikian, digitalisasi UMKM tidak dapat dipahami hanya sebatas penggunaan aplikasi atau platform online, tetapi harus dilihat sebagai sebuah transformasi sistemik yang melibatkan dimensi sosial, ekonomi, dan kelembagaan. Tanpa adanya sinergi antara teknologi, SDM, kebijakan, dan jejaring bisnis, proses digitalisasi berisiko hanya menciptakan "digital divide" baru yang semakin memperlebar kesenjangan antara UMKM yang siap bertransformasi dengan yang tertinggal dalam persaingan global.

Dalam konteks Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap 97% tenaga kerja, sehingga transformasi digital UMKM menjadi krusial untuk meningkatkan posisi Indonesia dalam rantai nilai global (Putra, 2018). Walaupun berbagai program pemerintah telah diluncurkan, keberhasilan implementasinya masih membutuhkan evaluasi yang lebih mendalam.

Gap penelitian yang muncul adalah kurangnya bukti empiris terkait hubungan langsung antara digitalisasi dan peningkatan daya saing UMKM di pasar global. Sebagian besar penelitian terdahulu hanya fokus pada aspek e-commerce domestik atau digital marketing tanpa menyoroti dampaknya terhadap penetrasi pasar internasional (Rosyidah et al, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana digitalisasi memengaruhi daya saing UMKM di pasar global. Kontribusi utama penelitian ini adalah memberikan bukti empiris serta rekomendasi kebijakan bagi pemerintah, asosiasi bisnis, dan pelaku UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital yang semakin kompetitif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method dengan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif. Data primer diperoleh melalui survei terhadap 250 UMKM di Indonesia yang telah menggunakan teknologi digital dalam operasional mereka selama periode Januari–Juli 2024. Data sekunder dikumpulkan dari laporan Shahadat, UNCTAD, dan Putra (2018). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara mendalam, serta telaah dokumen. Analisis data kuantitatif dilakukan menggunakan regresi

linier berganda untuk mengukur pengaruh digitalisasi terhadap variabel daya saing (akses pasar, efisiensi biaya, dan inovasi produk). Analisis kualitatif digunakan untuk memperdalam pemahaman mengenai hambatan implementasi digitalisasi. Validitas data diuji dengan triangulasi sumber dan metode.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di pasar global. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 250 responden pelaku UMKM di Kalimantan, sekitar 72% responden melaporkan bahwa penggunaan platform digital, seperti marketplace internasional dan media sosial, secara langsung memperluas jangkauan pasar hingga ke luar negeri. Fakta ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran domestik, tetapi juga menjadi jembatan bagi UMKM untuk masuk ke dalam rantai nilai global. Data ini sejalan dengan temuan dari Asian Development Bank (2021) yang menegaskan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital memiliki peluang 2,5 kali lebih besar untuk menembus pasar ekspor dibandingkan UMKM yang masih beroperasi secara konvensional.

Dari sisi efisiensi operasional, penelitian ini menemukan adanya peningkatan rata-rata sebesar 28% setelah penggunaan aplikasi digital untuk manajemen inventori, keuangan, dan rantai pasok. Aplikasi akuntansi berbasis cloud, misalnya, membantu pelaku usaha mengurangi kesalahan pencatatan hingga 35% dan mempercepat proses pelaporan keuangan bulanan. Selain itu, sistem manajemen persediaan berbasis digital memungkinkan pemilik usaha mengontrol stok barang secara real-time sehingga mengurangi risiko overstock maupun stockout. Hasil ini mengonfirmasi penelitian yang dilakukan oleh Bai et al. (2021) yang menyebutkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi biaya operasional UMKM hingga 30–40% dalam jangka menengah.

Lebih jauh, digitalisasi juga memberikan dampak pada aspek pelayanan pelanggan. Sekitar 64% responden menyatakan bahwa interaksi dengan konsumen melalui platform digital meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas merek. Fitur-fitur seperti live chat, ulasan produk, dan personalisasi promosi berbasis data pelanggan terbukti meningkatkan engagement antara UMKM dengan konsumen mereka. Penelitian Rosyidah et al (2022) bahkan menyebutkan bahwa customer engagement melalui media sosial berperan besar dalam mempercepat penetrasi produk lokal ke pasar global, khususnya di sektor fesyen dan kerajinan.

Namun, tidak semua responden merasakan manfaat yang sama. Sebagian kecil, sekitar 18%, mengaku masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan keterampilan digital, biaya iklan online yang cukup tinggi, serta kurangnya pengetahuan mengenai regulasi perdagangan internasional. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi memiliki potensi besar, efektivitasnya sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia dan dukungan ekosistem bisnis. Janita & Chong (2013) juga menekankan bahwa tanpa literasi digital yang memadai, UMKM berisiko tidak mampu mengoptimalkan teknologi yang telah mereka gunakan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi dapat menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing UMKM di pasar global. Namun, manfaat tersebut hanya dapat diperoleh secara maksimal apabila didukung dengan infrastruktur teknologi, peningkatan literasi digital, akses pembiayaan, serta kebijakan pemerintah yang proaktif. Dengan demikian, digitalisasi sebaiknya dipandang bukan hanya sebagai strategi bisnis individual, tetapi juga sebagai agenda pembangunan ekonomi nasional yang bersifat strategis.

Tabel 1 berikut menyajikan ringkasan hasil survei terkait dampak digitalisasi pada UMKM:

Aspek Daya Saing	Sebelum Digitalisasi	Setelah Digitalisasi	Peningkatan (%)
Akses Pasar Internasional	18%	46%	28%
Efisiensi Operasional	54%	82%	28%
Inovasi Produk	32%	65%	33%

Hasil ini sejalan dengan penelitian Shahadat (2023) yang menyatakan bahwa digitalisasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan akses UMKM ke pasar global.

Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa keterbatasan literasi digital masih menjadi salah satu penghambat utama bagi keberhasilan digitalisasi UMKM. Dari total responden, 41% mengaku kesulitan dalam mengelola strategi pemasaran digital secara efektif, terutama dalam aspek pengoptimalan mesin pencari (SEO), pemanfaatan iklan berbayar di platform e-commerce, dan analisis data pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tanpa pemahaman mendalam justru berisiko menimbulkan inefisiensi, misalnya pengeluaran biaya promosi yang tinggi tetapi tidak berbanding lurus dengan peningkatan penjualan. Temuan ini konsisten dengan studi Janita & Chong (2013) yang menekankan pentingnya pelatihan literasi digital sebagai elemen fundamental dalam transformasi UMKM. Tanpa intervensi pendidikan dan pendampingan, proses digitalisasi berpotensi menciptakan "digital gap" baru di kalangan pelaku usaha kecil.

Lebih jauh, keterbatasan literasi digital tidak hanya berdampak pada aktivitas pemasaran, tetapi juga pada pengelolaan operasional bisnis yang berbasis digital. Sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan sistem manual dalam pencatatan keuangan meskipun mereka telah memiliki akses ke aplikasi akuntansi digital. Hal ini disebabkan minimnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang dari penggunaan sistem keuangan berbasis digital, seperti peningkatan akurasi laporan, kemudahan akses pembiayaan dari lembaga keuangan, serta transparansi usaha. Studi Shahadat (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengintegrasikan sistem akuntansi digital lebih mudah mendapatkan akses pembiayaan perbankan karena tingkat kepercayaan kreditur yang meningkat.

Selain faktor literasi, pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi itu sendiri, tetapi juga pada dukungan ekosistem bisnis yang memadai. Dukungan ini mencakup regulasi pemerintah yang jelas dan adaptif terhadap perkembangan digital, ketersediaan infrastruktur teknologi informasi, serta akses terhadap pembiayaan. Tanpa regulasi yang berpihak, misalnya terkait perlindungan data konsumen atau kemudahan izin ekspor berbasis digital, UMKM hanya akan mampu bertahan di pasar domestik tanpa penetrasi yang berarti ke pasar global (Bai et al., 2021).

Dari sisi infrastruktur, kesenjangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan juga menjadi tantangan nyata. Akses internet berkecepatan tinggi masih terkonsentrasi di kota-kota besar, sementara sebagian besar UMKM berada di daerah pinggiran yang konektivitasnya masih terbatas. Kondisi ini membatasi efektivitas pemanfaatan platform e-commerce, terutama dalam hal kecepatan respon terhadap konsumen dan integrasi logistik. Sebagaimana dilaporkan oleh World Bank (2020), kesenjangan infrastruktur digital di negara berkembang menjadi salah satu faktor utama yang memperlambat integrasi UMKM dalam perdagangan global berbasis digital.

Aspek pembiayaan juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan transformasi digital UMKM. Meskipun banyak teknologi digital yang bersifat open-source atau berbiaya rendah, sebagian besar aplikasi bisnis terintegrasi dan sistem manajemen berbasis cloud masih memerlukan investasi awal yang cukup besar. Hasil survei ini menunjukkan bahwa sekitar 37% UMKM di Kalimantan mengalami keterbatasan modal untuk membiayai digitalisasi usaha mereka, termasuk untuk pelatihan karyawan, pembelian perangkat, maupun biaya langganan aplikasi bisnis. Temuan ini sejalan dengan penelitian UNCTAD (2021), yang menyatakan bahwa keterbatasan akses terhadap pembiayaan merupakan hambatan struktural bagi UMKM di negara-negara berkembang untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital global.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM merupakan proses multidimensional. Keberhasilannya tidak cukup hanya dengan menyediakan teknologi, melainkan juga harus disertai peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur, regulasi yang mendukung, serta kemudahan akses pembiayaan. Tanpa sinergi keempat faktor ini, digitalisasi berisiko hanya menjadi tren jangka pendek tanpa menghasilkan daya saing global yang berkelanjutan.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada dukungan ekosistem, termasuk regulasi pemerintah, infrastruktur digital, serta akses pembiayaan (Bai et al., 2021). Tanpa dukungan tersebut, UMKM cenderung hanya mampu bertahan di pasar domestik tanpa penetrasi ke pasar global.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM mampu memperluas akses pasar lintas batas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat kemampuan inovasi dalam menciptakan produk dan layanan yang lebih kompetitif. Penerapan strategi digital, seperti penggunaan platform e-commerce, integrasi aplikasi akuntansi berbasis cloud, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, terbukti memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan produktivitas dan penetrasi pasar internasional. Dengan demikian, digitalisasi dapat dipandang sebagai katalisator transformasi UMKM dari sekadar pemain lokal menjadi aktor penting dalam rantai nilai global.

Namun demikian, hasil penelitian juga menegaskan bahwa proses digitalisasi UMKM di Indonesia, khususnya di Kalimantan, masih menghadapi sejumlah hambatan yang tidak dapat diabaikan. Hambatan tersebut antara lain rendahnya literasi digital, kesenjangan infrastruktur teknologi antara wilayah perkotaan dan pedesaan, keterbatasan akses pembiayaan untuk investasi digital, serta regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Faktor-faktor ini berpotensi memperlambat atau bahkan menghambat akselerasi UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Dengan kata lain, digitalisasi tanpa dukungan ekosistem yang memadai hanya akan menciptakan disparitas baru antara UMKM yang sudah siap secara digital dan yang masih tertinggal.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi teoretis bahwa digitalisasi tidak dapat dipahami hanya sebatas adopsi teknologi, melainkan sebagai suatu proses transformasi sistemik yang melibatkan interaksi antara teknologi, sumber daya manusia, regulasi, dan jejaring bisnis. Oleh karena itu, pendekatan konseptual yang lebih holistik perlu digunakan untuk mengkaji dinamika digitalisasi UMKM, sehingga menghasilkan kerangka teoritis yang mampu menjelaskan variasi tingkat keberhasilan digitalisasi di berbagai konteks sosial-ekonomi.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah strategis. Pertama, peningkatan literasi digital melalui program pelatihan berkelanjutan yang tidak hanya fokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada pengembangan kemampuan manajerial dan strategi bisnis digital. Kedua, penguatan infrastruktur teknologi informasi, khususnya di daerah pedesaan dan terpencil, guna memastikan bahwa seluruh UMKM memiliki akses yang sama terhadap peluang digital. Ketiga, penyediaan skema pembiayaan

yang inklusif dan mudah diakses, baik melalui perbankan maupun lembaga keuangan non-bank, untuk mendukung investasi UMKM dalam teknologi digital. Keempat, pengembangan kebijakan regulasi yang adaptif dan berpihak pada UMKM, termasuk perlindungan data konsumen, standardisasi digital trade, serta fasilitasi ekspor berbasis digital.

Lebih jauh, penelitian ini juga menekankan pentingnya kolaborasi multipihak dalam membangun ekosistem digital yang sehat. Pemerintah, lembaga pendidikan, sektor swasta, dan komunitas UMKM perlu bersinergi dalam menyediakan pendampingan, akses pasar, serta dukungan teknologi. Kolaborasi ini diharapkan dapat mempercepat adopsi teknologi sekaligus memastikan bahwa digitalisasi membawa manfaat yang inklusif bagi seluruh pelaku usaha, bukan hanya bagi segmen tertentu.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi UMKM merupakan salah satu strategi krusial dalam meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Namun, keberhasilan strategi ini sangat ditentukan oleh kesiapan ekosistem digital secara keseluruhan. Oleh karena itu, penguatan literasi, infrastruktur, regulasi, dan akses pembiayaan harus dipandang sebagai prioritas utama dalam agenda pembangunan ekonomi nasional berbasis digital.

Daftar Pustaka

- Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2021). COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro-and small-enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1989-2001. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.035>
- Chaisse, J. (2025). Digitalization and global power shifts: implications for cross-border data flows and digital FDI. In *A Research Agenda for Global Power Shifts and International Economic Law* (pp. 43-82). Edward Elgar Publishing.
- Cumming, D., Johan, S., Khan, Z., & Meyer, M. (2023). E-commerce policy and international business. *Management International Review*, 63(1), 3-25.
- Janita, I., & Chong, W. K. (2013). Barriers of b2b e-business adoption in Indonesian SMEs: A Literature Analysis. *Procedia Computer Science*, 17, 571-578.
- Marino-Romero, J., & Folgado-Fernández, J. A. (2024). Digital transformation: A literature review in the context of international economies and finance. *South African Journal of Business Management*, 55(1), a4370. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v55i1.4370>
- Melo, I. C., Queiroz, G. A., Junior, P. N. A., de Sousa, T. B., Yushimito, W. F., & Pereira, J. (2023). Sustainable digital transformation in small and medium enterprises (SMEs): A review on performance. *Heliyon*, 9(3).
- Narula, R. (2020). Enforcing higher standards of digital adoption in SMEs. *International Business Review*, 29(6), 101733. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101733>
- Pelletier, C., & Cloutier, L. M. (2019). Conceptualising digital transformation in SMEs: an ecosystemic perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(6/7), 855-876.
- Putra, Y. M. (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. *Profita: Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan*, 11(2), 201-217.
- Rosyidah, U., Sudarmiati, S., & Sumarsono, H. (2023). Digitalization and internationalization of SMEs: A systematic literature review. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(3), 479-499.
- Setiawan, B., Pamungkas, B., Mekaniwati, A., & Kusuma, P. M. (2025). The strategic role of digital transformation, dynamic and agile capabilities for the performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *The Bottom Line*, 38(2), 130-153.
- Shahadat, M. H., Nekmahmud, M., Ebrahimi, P., & Fekete-Farkas, M. (2023). Digital technology adoption in SMEs: what technological, environmental and organizational factors influence in emerging countries?. *Global Business Review*, 09721509221137199.

- Nazaruddin, I., Rahman Utami, E., & Rahmawati, E. (2024). Digitalization challenges for SMEs: A systematic literature review perspective and future research. *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi (JBTI)*, 15(1). <https://doi.org/10.18196/jbti.v15i1.20410>
- Panduwinata, L. F., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2023). Digitalization on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs): A systematic literature review. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i1.435>
- Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024). Information and communication technology in SMEs: A systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13, 31. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00392-6>