

# Digital Transformation of MSMEs and Its Impact on Business Performance in the Digital Economy Era

## Transformasi Digital UMKM dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha di Era Ekonomi Digital

Maya Listanti<sup>1</sup>, Rahmat Saputra<sup>2</sup>, Monariska<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Aceh Barat, Aceh, Indonesia

Email Korespondensi: [maya@staidarulhikmah.ac.id](mailto:maya@staidarulhikmah.ac.id)

### Abstract

---

*Digital transformation has become a significant phenomenon in the development of the modern economy, particularly for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). This study aims to examine the forms of digital transformation among MSMEs and analyze their impact on business performance in the digital economy era. The research employs a qualitative approach using a literature review method by analyzing relevant academic sources from both national and international journals. Data were collected through a systematic search and analyzed using content analysis to identify patterns and relationships among key concepts. The findings indicate that digital transformation in MSMEs generally occurs gradually, beginning with the use of social media, followed by the adoption of e-commerce platforms, and the implementation of digital payment systems. These transformations contribute to expanding market reach, improving operational efficiency, and enhancing service quality, which in turn influence business performance. However, the impact is not uniform and largely depends on internal readiness, including digital literacy and managerial capacity, as well as external support such as infrastructure and the digital ecosystem. This study highlights the strategic role of digital transformation in improving MSME performance, while also emphasizing the need for more integrated efforts to optimize its implementation.*

**Keywords:** *Digital Transformation, MSMEs, Business Performance, Digital Economy.*

---

## Abstrak

---

*Transformasi digital telah menjadi fenomena penting dalam perkembangan ekonomi modern, termasuk dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk transformasi digital pada UMKM serta menganalisis dampaknya terhadap kinerja usaha di era ekonomi digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui kajian pustaka dengan menelaah berbagai literatur ilmiah yang relevan, baik dari jurnal nasional maupun internasional. Data dikumpulkan melalui penelusuran sistematis dan dianalisis menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antar konsep. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM umumnya berlangsung secara bertahap, dimulai dari pemanfaatan media sosial, adopsi platform e-commerce, hingga penggunaan sistem pembayaran digital. Transformasi ini berkontribusi terhadap peningkatan jangkauan pasar, efisiensi operasional, serta kualitas layanan, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja usaha. Namun demikian, dampak yang dihasilkan tidak seragam dan sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal pelaku usaha serta dukungan eksternal seperti infrastruktur dan ekosistem digital. Penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital memiliki peran strategis dalam mendorong peningkatan kinerja UMKM, meskipun implementasinya masih menghadapi berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih terintegrasi untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM.*

**Kata kunci:** *Transformasi Digital, UMKM, Kinerja Usaha, Ekonomi Digital.*

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah mendorong lahirnya era ekonomi digital yang mengubah secara fundamental cara individu dan organisasi menjalankan aktivitas ekonomi. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi perusahaan besar, tetapi juga merambah sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia (Sarif, 2023). Transformasi digital tidak lagi dipandang sebagai pilihan strategis semata, melainkan sebagai kebutuhan mendasar agar pelaku usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompleks.

UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam struktur ekonomi nasional, baik dari segi kontribusi terhadap produk domestik bruto maupun dalam penyerapan tenaga kerja. Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan struktural, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, serta terbatasnya kapasitas dalam mengelola perubahan (Aini et al, 2024). Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan platform digital, seperti e-commerce dan media sosial, menuntut UMKM untuk beradaptasi secara cepat dan tepat. Ketidakmampuan dalam merespons perubahan ini berpotensi menyebabkan penurunan daya saing dan kinerja usaha.

Transformasi digital dalam konteks UMKM mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan media sosial sebagai

sarana pemasaran, pemanfaatan platform marketplace untuk distribusi produk, hingga adopsi sistem pembayaran digital yang mempermudah transaksi. Lebih dari sekadar adopsi teknologi, transformasi digital juga melibatkan perubahan dalam proses bisnis, model operasional, serta pola interaksi dengan konsumen. Dengan kata lain, transformasi digital merupakan proses yang bersifat holistik dan berkelanjutan, yang menuntut kesiapan tidak hanya dari sisi teknologi, tetapi juga sumber daya manusia dan manajemen usaha.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja usaha UMKM, baik dari segi efisiensi operasional maupun peningkatan pendapatan (Sahrul, 2023). Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi biaya transaksi, serta meningkatkan kecepatan dan kualitas layanan. Namun demikian, tidak semua UMKM mampu merasakan manfaat tersebut secara optimal. Terdapat variasi hasil yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat literasi digital, akses terhadap infrastruktur, serta dukungan kebijakan dari pemerintah.

Di tengah beragamnya temuan tersebut, masih terdapat kebutuhan untuk melakukan kajian yang lebih sistematis guna memahami bagaimana transformasi digital diadopsi oleh UMKM serta bagaimana dampaknya terhadap kinerja usaha. Sebagian penelitian cenderung berfokus pada aspek teknis penggunaan teknologi, sementara aspek integratif yang menghubungkan antara transformasi digital dan kinerja usaha belum sepenuhnya

terpetakan secara komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan kajian pustaka yang mampu mengintegrasikan berbagai temuan empiris dan konseptual untuk menghasilkan pemahaman yang lebih utuh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi digital pada UMKM serta menganalisis dampaknya terhadap kinerja usaha dalam konteks ekonomi digital. Dengan menggunakan pendekatan kajian pustaka, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk sintesis pengetahuan yang tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha di era digital.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Transformasi Digital**

Transformasi digital merupakan konsep yang merujuk pada proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek kegiatan organisasi yang berdampak pada perubahan mendasar dalam cara organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan (Sahrul, 2023). Transformasi ini tidak hanya terbatas pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan dalam strategi bisnis, proses operasional, serta budaya organisasi. Dalam konteks UMKM, transformasi digital seringkali dimulai dari langkah sederhana seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran hingga adopsi platform e-commerce dan sistem pembayaran digital.

Perlu dibedakan antara digitalisasi dan transformasi digital. Digitalisasi mengacu pada proses konversi informasi analog menjadi digital, sedangkan transformasi digital memiliki cakupan yang lebih luas karena melibatkan perubahan menyeluruh dalam model bisnis (Aksenta, 2023). Dengan demikian, transformasi digital menuntut adanya kemampuan adaptasi yang lebih tinggi dari pelaku usaha, termasuk dalam mengelola perubahan dan memanfaatkan teknologi secara strategis.

Dimensi transformasi digital pada UMKM dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu penggunaan teknologi digital, perubahan proses bisnis, dan inovasi model usaha. Penggunaan teknologi mencakup pemanfaatan perangkat digital dan platform online, sementara perubahan proses bisnis meliputi peningkatan efisiensi operasional melalui otomatisasi dan integrasi sistem. Adapun inovasi model usaha berkaitan dengan cara baru dalam menciptakan dan mendistribusikan nilai kepada konsumen.

### **UMKM di Era Ekonomi Digital**

UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan usaha besar, terutama dalam hal fleksibilitas, keterbatasan sumber daya, serta kedekatan dengan pasar lokal. Di satu sisi, fleksibilitas ini memungkinkan UMKM untuk lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan, namun di sisi lain keterbatasan sumber daya menjadi kendala dalam mengadopsi teknologi secara optimal. Dalam era ekonomi digital, UMKM dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks, termasuk meningkatnya persaingan, perubahan

perilaku konsumen, serta tuntutan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Ekonomi digital menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk berkembang, terutama melalui akses pasar yang lebih luas tanpa batas geografis (Rohmana, 2023). Platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk secara lebih efisien dan menjangkau konsumen di berbagai wilayah. Selain itu, teknologi digital juga membuka akses terhadap berbagai layanan pendukung, seperti sistem pembayaran elektronik, logistik, dan pembiayaan berbasis digital.

Namun demikian, tidak semua UMKM mampu memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal. Rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta kurangnya dukungan kebijakan menjadi faktor yang menghambat proses transformasi digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang terintegrasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan pihak terkait lainnya untuk mendorong percepatan digitalisasi UMKM.

### **Kinerja Usaha**

Kinerja usaha merupakan indikator penting untuk menilai keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Winbaktianur, 2020). Secara umum, kinerja usaha dapat diukur melalui indikator finansial maupun non-finansial. Indikator finansial meliputi pendapatan, laba, dan pertumbuhan penjualan, sedangkan indikator non-finansial mencakup kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, serta perluasan pangsa pasar.

Dalam konteks UMKM, pengukuran kinerja usaha seringkali tidak dilakukan secara formal, mengingat keterbatasan dalam sistem pencatatan dan manajemen keuangan. Namun demikian, peningkatan pendapatan dan jumlah pelanggan sering digunakan sebagai indikator utama keberhasilan usaha. Selain itu, kemampuan untuk bertahan dalam persaingan juga menjadi ukuran penting dalam menilai kinerja UMKM.

Kinerja usaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kemampuan manajerial dan kualitas produk, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar, persaingan, serta perkembangan teknologi. Oleh karena itu, peningkatan kinerja usaha memerlukan strategi yang komprehensif, termasuk pemanfaatan teknologi digital sebagai salah satu faktor pendukung utama.

### **Hubungan Transformasi Digital dan Kinerja Usaha**

Hubungan antara transformasi digital dan kinerja usaha dapat dijelaskan melalui berbagai perspektif teoretis, salah satunya adalah Resource-Based View (RBV) yang menekankan pentingnya sumber daya strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif (Zahrotun et al, 2024). Dalam hal ini, teknologi digital dapat dipandang sebagai sumber daya yang memiliki nilai strategis apabila dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku usaha.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dampak positif terhadap kinerja usaha UMKM (Sahrul, 2023; Sayekti, 2024). Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan peningkatan efisiensi operasional melalui

pengurangan biaya dan waktu, serta meningkatkan efektivitas pemasaran melalui akses yang lebih luas terhadap konsumen. Selain itu, penggunaan platform digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan.

Namun demikian, dampak transformasi digital terhadap kinerja usaha tidak selalu bersifat linear. Beberapa studi menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan internal UMKM, termasuk kemampuan sumber daya manusia, kesiapan infrastruktur, serta dukungan lingkungan eksternal. Tanpa adanya kesiapan tersebut, adopsi teknologi digital justru dapat menjadi beban tambahan yang tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja usaha.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM, namun efektivitasnya sangat ditentukan oleh berbagai faktor pendukung yang bersifat multidimensional. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif dalam memahami hubungan antara transformasi digital dan kinerja usaha, agar manfaat yang diharapkan dapat tercapai secara optimal.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kajian pustaka yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai transformasi digital

UMKM serta implikasinya terhadap kinerja usaha. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji, membandingkan, dan mensintesis berbagai temuan penelitian terdahulu yang relevan, sehingga dapat membangun pemahaman yang lebih utuh dan sistematis (Purwanza, 2022).

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari berbagai literatur ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dikaji. Literatur tersebut meliputi artikel jurnal nasional maupun internasional, buku akademik, serta laporan penelitian yang dipublikasikan dalam kurun waktu tertentu yang dianggap relevan dengan perkembangan ekonomi digital. Pemilihan sumber dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kredibilitas penulis, reputasi penerbit, serta relevansi substansi terhadap fokus penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran pada beberapa basis data akademik, seperti Google Scholar, Sinta, dan publikasi ilmiah lainnya yang dapat diakses secara terbuka. Dalam proses ini, digunakan sejumlah kata kunci, antara lain “transformasi digital UMKM”, “digital transformation SMEs”, dan “business performance in digital economy”. Kata kunci tersebut membantu dalam mengidentifikasi literatur yang memiliki kesesuaian dengan tema penelitian, sekaligus mempersempit ruang pencarian agar lebih terarah.

Setelah literatur terkumpul, tahap selanjutnya adalah melakukan seleksi dan klasifikasi. Literatur yang telah diperoleh kemudian disaring berdasarkan kriteria inklusi, seperti keterkaitan langsung dengan variabel penelitian, kejelasan

metodologi, serta kontribusi terhadap pengembangan kajian. Sumber yang dianggap kurang relevan atau tidak memiliki dasar ilmiah yang kuat tidak dilibatkan dalam analisis lebih lanjut. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar mendukung tujuan penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tema, serta hubungan antar konsep yang muncul dalam berbagai literatur yang dikaji. Proses analisis diawali dengan membaca secara mendalam setiap sumber, kemudian dilanjutkan dengan pengkodean terhadap informasi-informasi penting yang berkaitan dengan transformasi digital dan kinerja usaha. Hasil pengkodean tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema tertentu agar memudahkan dalam proses interpretasi.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Hasil**

#### **a. Bentuk Transformasi Digital pada UMKM**

Berdasarkan hasil penelusuran dan analisis terhadap berbagai literatur, transformasi digital pada UMKM umumnya tidak terjadi secara langsung dalam bentuk yang kompleks, melainkan melalui tahapan yang relatif sederhana dan bertahap (Wulandari, 2024). Sebagian besar studi menunjukkan bahwa langkah awal yang paling umum dilakukan oleh pelaku UMKM adalah memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business

menjadi pilihan utama karena mudah diakses, tidak memerlukan biaya besar, serta relatif sederhana dalam penggunaannya.

Penggunaan media sosial ini memungkinkan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk secara lebih luas tanpa harus bergantung pada metode pemasaran konvensional. Selain itu, interaksi langsung dengan konsumen juga menjadi lebih intens melalui fitur pesan instan, yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan antara produsen dan pelanggan. Dalam beberapa studi, media sosial bahkan berfungsi tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana transaksi sederhana, terutama melalui komunikasi langsung antara penjual dan pembeli (Sitanggang et al, 2024).

Tahap berikutnya dalam transformasi digital adalah pemanfaatan platform e-commerce atau marketplace. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang telah masuk ke dalam ekosistem marketplace memiliki peluang yang lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen di luar wilayah geografis asalnya. Marketplace juga menyediakan berbagai fitur pendukung, seperti sistem pembayaran terintegrasi, ulasan pelanggan, serta logistik, yang membantu pelaku usaha dalam mengelola proses bisnis secara lebih efisien.

Selain itu, adopsi sistem pembayaran digital juga menjadi bagian penting dari transformasi digital UMKM. Penggunaan dompet digital dan transfer berbasis aplikasi mempermudah proses transaksi, baik bagi penjual maupun pembeli. Dalam beberapa literatur, disebutkan bahwa kemudahan transaksi ini

berkontribusi pada peningkatan kenyamanan konsumen, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan volume penjualan.

Namun demikian, tidak semua UMKM melakukan transformasi digital secara menyeluruh. Sebagian besar masih berada pada tahap adopsi dasar, seperti penggunaan media sosial tanpa integrasi dengan sistem manajemen usaha yang lebih kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM cenderung bersifat parsial dan belum sepenuhnya menyentuh aspek strategis dari model bisnis.

b. Dampak Transformasi Digital terhadap Kinerja Usaha

Hasil kajian terhadap berbagai penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital secara umum memiliki dampak positif terhadap kinerja usaha UMKM, meskipun tingkat pengaruhnya bervariasi (Rauf, 2024). Salah satu dampak yang paling sering ditemukan adalah peningkatan jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang sebelumnya sulit diakses melalui metode konvensional. Hal ini memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Selain itu, transformasi digital juga berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional. Penggunaan teknologi digital memungkinkan proses bisnis dilakukan dengan lebih cepat dan terstruktur, mulai dari pemasaran, pemesanan, hingga pembayaran. Dalam beberapa studi, efisiensi ini tercermin dari pengurangan biaya operasional serta peningkatan produktivitas usaha.

Dari sisi finansial, sejumlah penelitian menunjukkan adanya peningkatan pendapatan setelah pelaku UMKM mengadopsi teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran dan distribusi. Namun demikian, peningkatan ini tidak selalu signifikan dan seringkali bergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dimanfaatkan secara optimal. UMKM yang hanya menggunakan teknologi secara terbatas cenderung tidak mengalami perubahan kinerja yang berarti.

Selain aspek finansial, transformasi digital juga berdampak pada aspek non-finansial, seperti peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kemudahan akses informasi, kecepatan respon, serta fleksibilitas dalam transaksi menjadi faktor yang meningkatkan pengalaman konsumen. Dalam jangka panjang, hal ini dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha.

Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa tidak semua literatur menunjukkan dampak yang sepenuhnya positif. Beberapa studi mengindikasikan bahwa transformasi digital dapat menimbulkan tantangan baru, seperti kebutuhan akan peningkatan keterampilan digital serta biaya awal untuk mengadopsi teknologi. Dalam kondisi tertentu, keterbatasan ini justru menjadi hambatan yang mengurangi efektivitas transformasi digital terhadap kinerja usaha.

## **2. Pembahasan**

Transformasi digital pada UMKM, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai literatur, tidak dapat dipahami

semata sebagai proses adopsi teknologi, melainkan sebagai perubahan yang menyentuh dimensi struktural dan strategis dari kegiatan usaha. Dalam banyak kasus, apa yang disebut sebagai transformasi digital pada UMKM sebenarnya masih berada pada tahap awal, yaitu digitalisasi operasional yang bersifat terbatas. Penggunaan media sosial atau platform marketplace seringkali belum diiringi dengan perubahan dalam pola pengambilan keputusan, manajemen data, maupun integrasi sistem usaha secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep transformasi digital secara teoritis dengan praktik yang terjadi di lapangan.

Dalam perspektif Resource-Based View (RBV), teknologi digital seharusnya diposisikan sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif apabila dimanfaatkan secara optimal. Namun, temuan dalam berbagai studi menunjukkan bahwa kepemilikan atau penggunaan teknologi saja tidak cukup untuk menghasilkan peningkatan kinerja usaha. Nilai strategis dari teknologi sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan mengintegrasikannya ke dalam proses bisnis. Dengan kata lain, teknologi digital baru akan memberikan dampak signifikan apabila didukung oleh kapabilitas internal yang memadai, seperti literasi digital, kemampuan manajerial, serta orientasi inovasi.

Lebih jauh, hubungan antara transformasi digital dan kinerja usaha tidak bersifat linear dan otomatis. Peningkatan kinerja yang dilaporkan dalam sejumlah penelitian seringkali merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor teknologi,

manusia, dan lingkungan. Misalnya, pemanfaatan e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi tanpa strategi pemasaran yang tepat, peningkatan tersebut tidak selalu berujung pada peningkatan penjualan yang signifikan. Demikian pula, penggunaan sistem pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi, namun tidak secara langsung meningkatkan profitabilitas apabila tidak diikuti dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Variasi temuan dalam literatur juga mengindikasikan bahwa konteks menjadi faktor penentu yang tidak dapat diabaikan. UMKM yang beroperasi di wilayah dengan infrastruktur digital yang memadai cenderung memiliki peluang lebih besar untuk berhasil dalam proses transformasi digital. Sebaliknya, keterbatasan akses internet, rendahnya kualitas jaringan, serta minimnya dukungan ekosistem digital menjadi hambatan serius bagi UMKM di wilayah tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya persoalan internal usaha, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal yang bersifat struktural.

Selain itu, terdapat kecenderungan bahwa sebagian pelaku UMKM mengadopsi teknologi digital secara reaktif, yaitu sebagai respons terhadap tekanan pasar atau tren, bukan sebagai bagian dari strategi jangka panjang. Pendekatan semacam ini berpotensi menghasilkan adopsi yang bersifat superfisial, di mana teknologi digunakan hanya sebagai alat tambahan tanpa memberikan perubahan signifikan terhadap model bisnis. Dalam

kondisi demikian, dampak terhadap kinerja usaha menjadi terbatas dan tidak berkelanjutan.

Dari sisi lain, transformasi digital juga membawa implikasi terhadap perubahan relasi antara pelaku usaha dan konsumen. Interaksi yang sebelumnya bersifat langsung kini banyak dimediasi oleh platform digital, yang menuntut pelaku usaha untuk memahami dinamika baru dalam perilaku konsumen. Kemampuan untuk merespons kebutuhan konsumen secara cepat, memanfaatkan data pelanggan, serta membangun kepercayaan dalam ruang digital menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha. Dalam konteks ini, transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan efisiensi, tetapi juga dengan kemampuan membangun nilai tambah yang relevan bagi konsumen.

Namun demikian, penting untuk mencatat bahwa transformasi digital juga berpotensi memperlebar kesenjangan antar pelaku UMKM. Mereka yang memiliki akses terhadap sumber daya dan pengetahuan cenderung lebih cepat beradaptasi dan memperoleh manfaat, sementara pelaku usaha dengan keterbatasan kapasitas justru berisiko tertinggal. Kondisi ini menimbulkan implikasi yang lebih luas terhadap struktur ekonomi, di mana digitalisasi dapat memperkuat posisi pelaku usaha tertentu sekaligus melemahkan yang lain.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa transformasi digital merupakan proses yang kompleks dan multidimensional, yang tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada kesiapan internal, dukungan eksternal,

serta kemampuan integrasi strategis. Oleh karena itu, pendekatan yang parsial dalam melihat transformasi digital akan menghasilkan pemahaman yang kurang utuh. Diperlukan perspektif yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana transformasi digital benar-benar memengaruhi kinerja usaha UMKM dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang.

### **Kesimpulan**

Transformasi digital pada UMKM merupakan proses yang tidak sekadar berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi mencakup perubahan yang lebih luas dalam cara usaha dijalankan, mulai dari pemasaran hingga pengelolaan operasional. Berdasarkan kajian pustaka yang telah dilakukan, transformasi digital pada UMKM umumnya masih berada pada tahap awal, ditandai dengan pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan sistem pembayaran digital secara terbatas dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam strategi bisnis.

Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja usaha, baik dari aspek finansial seperti peningkatan pendapatan dan penjualan, maupun aspek non-finansial seperti perluasan pasar dan peningkatan kualitas layanan. Namun demikian, dampak tersebut tidak bersifat otomatis dan cenderung bervariasi antar pelaku usaha. Efektivitas transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal UMKM, termasuk kapasitas sumber daya manusia, literasi digital, serta kemampuan manajerial dalam mengelola teknologi sebagai bagian dari strategi usaha.

Selain faktor internal, keberhasilan transformasi digital juga ditentukan oleh kondisi eksternal, seperti ketersediaan infrastruktur digital dan dukungan ekosistem yang memadai. Tanpa adanya dukungan tersebut, adopsi teknologi cenderung bersifat parsial dan tidak memberikan dampak signifikan terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, transformasi digital perlu dipahami sebagai proses yang bersifat multidimensional, yang memerlukan sinergi antara kemampuan internal dan lingkungan eksternal.

### **Daftar Pustaka**

- Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis peluang dan tantangan teknologi terhadap pemberdayaan umkm di indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2564-2571.
- Aksenta, A., Irmawati, I., Ridwan, A., Hayati, N., Sepriano, S., Herlinah, H., ... & Ginting, T. W. (2023). *Literasi Digital: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan

usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia. *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 7(1), 95-102.

Rohmana, D. W. (2023, August). Peranan ekonomi digital dalam peningkatan pertumbuhan UMKM: Peluang dan tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 42-48).

Sahrul, E. A., & Nuringsih, 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.

Sarif, R. (2023). Peran UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 1(1), 68-73.

Sayekti, R. N. S., Rifa'i, M., & Yanti, D. A. W. (2024). Transformasi Digital dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Journal of Indonesian Economic Research*, 2(1), 30-40.

Sitanggang, C. E., Firda, D. A., Ramadhini, R., Panjaitan, J. M., Sofwan, S., & Sholeh, M. (2024, September). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Usaha. In *Forum Bisnis Kewirausahaan* (Vol. 14, No. 1, pp. 23-29).

Winbaktianur, W. (2020). Penilaian kinerja usaha mikro dan kecil, perlukah?. *BIPSIKOSOSIAL*, 4(1).

Wulandari, D. S., & Tumanggor, A. H. U. (2024). *Transformasi Digital pada Pasar Tradisional*. Penerbit NEM.

Zahrotun, F., Windarti, R. A., Farleni, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Pendekatan Resource-Based View (RBV) dalam Manajemen Bisnis: Strategi untuk Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 176-183.