



PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA EKONOMI DIGITAL

Rayvaldo¹⁾

¹⁾Bisnis Digital, Fakultas Logistik, Teknologi, dan Bisnis, Politeknik Bisnis Digital Indonesia, Bogor, Indonesia
Email: rayvaldo65@gmail.com

Abstract

Digital transformation has become an important strategy for enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital economy era. This study aims to analyze the effect of digital transformation on improving MSME competitiveness. The research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 120 MSME owners who had adopted digital technologies in their business activities. The sampling technique used was purposive sampling, while data analysis was conducted using descriptive statistics and simple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that both digital transformation and MSME competitiveness are categorized as high. Digital transformation has a positive and significant effect on MSME competitiveness, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and a coefficient of determination (R^2) of 0.568. The findings demonstrate that digital transformation enhances operational efficiency, expands market reach, promotes product innovation, and strengthens customer relationships. Therefore, digital transformation can serve as a strategic factor in improving the competitiveness and sustainability of MSMEs in the digital economy era.

Keywords: Digital Transformation, MSME Competitiveness, Digital Economy, Digital Technology, Business Performance.

Abstrak

Transformasi digital telah menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 pelaku UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat transformasi digital dan daya saing UMKM berada pada kategori tinggi. Transformasi digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,568. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan inovasi produk, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, transformasi digital dapat menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital.

Kata kunci: Transformasi Digital, Daya Saing UMKM, Ekonomi Digital, Teknologi Digital, Kinerja Usaha.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital menjadi salah satu strategi penting yang memungkinkan pelaku usaha mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi dalam proses bisnis, pemasaran, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan keuangan. Di era ekonomi digital, kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital tidak hanya menjadi pilihan, tetapi juga menjadi kebutuhan untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut laporan yang diterbitkan oleh Organisation for Economic Co-operation and Development, digitalisasi mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, serta akses UMKM terhadap pasar yang lebih luas (OECD, 2021).

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan pendapatan masyarakat. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sebagian besar tenaga kerja di Indonesia (KemenKopUKM, 2023). Namun, di tengah perkembangan ekonomi digital yang sangat cepat, banyak UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan literasi digital, akses teknologi, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan model bisnis berbasis digital.

Transformasi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan platform digital, media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran elektronik. Penggunaan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Selain itu, digitalisasi juga membantu UMKM dalam mengoptimalkan proses bisnis melalui otomatisasi operasional, pengelolaan data pelanggan, serta analisis pasar yang lebih akurat. Penelitian yang dilakukan oleh Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital mampu menciptakan nilai tambah melalui peningkatan efisiensi, inovasi produk, dan pengembangan model bisnis yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Di Indonesia, percepatan transformasi digital UMKM semakin terlihat sejak terjadinya pandemi COVID-19. Pembatasan aktivitas fisik mendorong pelaku usaha untuk beralih ke platform digital sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi dan pemasaran produk. Kondisi tersebut mempercepat adopsi teknologi digital di berbagai sektor usaha, termasuk usaha mikro dan kecil. Menurut

laporan World Bank, digitalisasi selama pandemi membantu banyak UMKM mempertahankan operasional usaha dan meningkatkan ketahanan bisnis di tengah krisis ekonomi (World Bank, 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Meskipun demikian, implementasi transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu kendala utama adalah rendahnya tingkat literasi digital dan keterbatasan sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan teknologi secara optimal. Selain itu, keterbatasan akses internet, biaya investasi teknologi, serta minimnya pendampingan menjadi faktor yang menghambat proses digitalisasi UMKM, terutama di daerah pedesaan dan wilayah tertinggal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ainin et al. (2015), keberhasilan transformasi digital pada UMKM sangat dipengaruhi oleh kesiapan organisasi, dukungan manajemen, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi inovasi teknologi.

Daya saing UMKM pada era ekonomi digital tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas produk dan harga, tetapi juga oleh kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah dan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Digitalisasi memungkinkan UMKM membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen melalui komunikasi yang cepat, personalisasi layanan, serta pemanfaatan data pelanggan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM dalam menghadapi dinamika pasar global yang semakin terintegrasi (Vial, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh transformasi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi digital menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran teknologi digital dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi serta kebijakan yang mendukung percepatan transformasi digital UMKM guna meningkatkan daya saing ekonomi nasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek aktivitas organisasi atau bisnis yang mengubah cara kerja, model bisnis, serta penciptaan nilai bagi pelanggan. Transformasi digital tidak



hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan budaya organisasi, strategi bisnis, dan proses operasional yang bertujuan meningkatkan efektivitas serta efisiensi usaha. Menurut Vial (2019), transformasi digital adalah proses yang bertujuan memperbaiki entitas melalui kombinasi teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas untuk menghasilkan perubahan signifikan dalam bisnis. Dalam konteks UMKM, transformasi digital dapat diwujudkan melalui penggunaan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, aplikasi manajemen usaha, dan teknologi berbasis cloud.

Perkembangan teknologi digital telah memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan inovasi produk maupun layanan. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di era ekonomi digital.

Daya Saing UMKM

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan pasar secara lebih baik dibandingkan pesaing. Daya saing tidak hanya diukur dari kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga dari kemampuan mempertahankan eksistensi usaha dalam jangka panjang. Menurut Porter (1990), daya saing dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi, efisiensi, kualitas produk, dan respons terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Pada UMKM, daya saing dapat dilihat dari kemampuan meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, mempertahankan pelanggan, meningkatkan kualitas produk, serta mengembangkan inovasi usaha. Dalam era digital, daya saing juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan kelompok usaha produktif yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah diklasifikasikan berdasarkan jumlah aset dan omzet usaha yang dimiliki. UMKM berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi daerah.

Keberadaan UMKM menjadi salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan mendorong pemerataan

pembangunan ekonomi. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, akses pasar, sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, transformasi digital dipandang sebagai solusi yang dapat membantu UMKM meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha.

Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan aktivitas ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam proses produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi barang maupun jasa. Menurut Bukht dan Heeks (2017), ekonomi digital mencakup seluruh aktivitas ekonomi yang bergantung pada teknologi digital, termasuk internet, platform digital, e-commerce, dan layanan berbasis data.

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola interaksi antara produsen dan konsumen. Konsumen saat ini lebih banyak menggunakan platform online untuk mencari informasi, melakukan transaksi, dan memberikan umpan balik terhadap produk atau layanan yang diterima. Kondisi ini mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi digital agar mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori yang sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) (Davis, 1989).

Dalam konteks transformasi digital UMKM, persepsi bahwa teknologi digital mampu meningkatkan kinerja usaha serta mudah digunakan akan mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi tersebut. Semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi, semakin besar peluang keberhasilan implementasi transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha.

Resource-Based View (RBV)

Teori Resource-Based View (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Menurut Barney (1991), sumber daya organisasi yang memiliki karakteristik tersebut dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam era ekonomi digital, teknologi digital dapat dipandang sebagai sumber daya strategis yang mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam berinovasi,



memperluas pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, UMKM yang mampu mengelola dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang belum melakukan transformasi digital.

Hubungan Transformasi Digital dengan Daya Saing UMKM

Transformasi digital memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan daya saing UMKM. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya transaksi, mempercepat proses bisnis, serta memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, teknologi digital membantu pelaku usaha memperoleh informasi pasar secara cepat sehingga dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat.

Penelitian Verhoef et al. (2021) menunjukkan bahwa transformasi digital berkontribusi terhadap peningkatan inovasi, kualitas layanan, pengalaman pelanggan, dan kinerja bisnis. Sementara itu, penelitian Ainin et al. (2015) menemukan bahwa penggunaan teknologi digital, khususnya media sosial, memberikan dampak positif terhadap kinerja dan daya saing UMKM. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat transformasi digital yang dilakukan UMKM, semakin besar pula peluang peningkatan daya saing usaha di era ekonomi digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang diperoleh dari responden. Penelitian ini bersifat eksplanatif (*explanatory research*), yaitu bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel transformasi digital sebagai variabel independen (X) dan daya saing UMKM sebagai variabel dependen (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti pelaku UMKM yang telah menggunakan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, atau aplikasi bisnis dalam operasional usahanya. Jumlah sampel ditentukan sesuai kebutuhan analisis statistik dengan mempertimbangkan tingkat representativitas data. Responden yang memenuhi kriteria tersebut diberikan

kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun melalui platform digital seperti Google Forms. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Variabel transformasi digital diukur melalui beberapa indikator, yaitu penggunaan media sosial, pemanfaatan e-commerce, digitalisasi operasional usaha, penggunaan sistem pembayaran digital, dan pemanfaatan aplikasi bisnis. Sementara itu, variabel daya saing UMKM diukur melalui indikator peningkatan penjualan, perluasan pasar, inovasi produk, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan.

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti secara konsisten. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi masing-masing variabel. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model penelitian.

Analisis hubungan antara transformasi digital dan daya saing UMKM dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial variabel transformasi digital terhadap daya saing UMKM, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi transformasi digital dalam menjelaskan variasi daya saing UMKM. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk memberikan gambaran mengenai sejauh mana transformasi digital berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 120 pelaku UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar responden telah menggunakan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital sebagai sarana utama dalam menjalankan bisnis. Mayoritas responden berasal dari sektor perdagangan, kuliner, dan jasa dengan lama usaha antara 2 hingga 10 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis UMKM di era ekonomi digital.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat transformasi digital pada UMKM berada pada kategori

tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,12 pada skala Likert 1–5. Indikator yang memperoleh skor tertinggi adalah penggunaan media sosial untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin menyadari pentingnya teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif, murah, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Mean
Transformasi Digital	Penggunaan Media Sosial	4,30
Transformasi Digital	Pemanfaatan E-commerce	4,15
Transformasi Digital	Sistem Pembayaran Digital	4,08
Transformasi Digital	Aplikasi Bisnis	4,01
Transformasi Digital	Digitalisasi Operasional	4,06
Rata-rata Variabel X		4,12
Daya Saing UMKM	Peningkatan Penjualan	4,02
Daya Saing UMKM	Perluasan Pasar	4,18
Daya Saing UMKM	Inovasi Produk	3,98
Daya Saing UMKM	Efisiensi Operasional	4,01
Daya Saing UMKM	Kepuasan Pelanggan	4,06
Rata-rata Variabel Y		4,05

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat daya saing UMKM juga berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,05. Indikator yang memperoleh skor tertinggi adalah peningkatan jangkauan pasar dan kemudahan memperoleh pelanggan baru. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu membantu UMKM memperluas akses pasar tanpa dibatasi oleh lokasi geografis, sehingga memberikan peluang yang lebih besar untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, seluruh item pertanyaan pada variabel transformasi digital dan daya saing UMKM dinyatakan valid dan reliabel. Nilai korelasi setiap item lebih besar dari nilai r-tabel, sedangkan nilai Cronbach's Alpha untuk kedua variabel berada di atas 0,70.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Nilai koefisien regresi sebesar 0,684 menunjukkan bahwa setiap peningkatan transformasi digital akan diikuti oleh peningkatan daya saing UMKM. Selain itu, hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa transformasi digital berpengaruh terhadap daya saing UMKM dapat diterima.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.
Konstanta	1,254	4,231	0,000
Transformasi Digital (X)	0,684	12,487	0,000
Statistik Model	Nilai		
R	0,754		
R Square (R²)	0,568		
Adjusted R²	0,564		
F-hitung	155,927		
Sig. F	0,000		

Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,568 menunjukkan bahwa transformasi digital mampu menjelaskan sebesar 56,8% variasi daya saing UMKM, sedangkan sisanya sebesar 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas sumber daya manusia, akses permodalan, inovasi produk, strategi pemasaran, dan kondisi persaingan pasar. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan UMKM dalam meningkatkan daya saingnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Resource-Based View (RBV) yang menyatakan bahwa teknologi digital dapat menjadi sumber daya strategis yang menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola informasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan merespons perubahan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, transformasi digital dapat menjadi instrumen penting dalam menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisi UMKM di pasar.

Temuan penelitian juga mendukung Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi



kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Pelaku UMKM yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan teknologi digital, seperti peningkatan penjualan, efisiensi biaya, dan kemudahan transaksi, akan lebih terdorong untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi, semakin besar pula peluang peningkatan daya saing usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa transformasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Pemanfaatan media sosial, marketplace, aplikasi bisnis, dan sistem pembayaran digital mampu membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan berbagai pemangku kepentingan untuk meningkatkan literasi digital, akses teknologi, serta pendampingan bagi UMKM agar proses transformasi digital dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan aplikasi bisnis, telah diterapkan oleh sebagian besar pelaku UMKM sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Adopsi teknologi tersebut memberikan kemudahan dalam menjalankan aktivitas bisnis sekaligus meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat transformasi digital pada UMKM berada pada kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha semakin menyadari pentingnya teknologi digital dalam mendukung pemasaran, komunikasi dengan pelanggan, pengelolaan transaksi, serta efisiensi operasional usaha. Pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis sehingga membuka peluang pertumbuhan usaha yang lebih besar.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat daya saing UMKM berada pada kategori tinggi. Daya saing tersebut tercermin dari peningkatan penjualan, perluasan pangsa pasar, peningkatan efisiensi operasional, inovasi produk, dan kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi digital mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi

pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas kinerja dan keberhasilan usaha.

Melalui analisis regresi linear sederhana, penelitian ini membuktikan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Semakin tinggi tingkat penerapan transformasi digital, semakin tinggi pula tingkat daya saing yang dimiliki oleh UMKM. Hasil ini memperlihatkan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga menjadi sumber keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan posisi UMKM dalam pasar yang semakin dinamis.

Temuan penelitian ini mendukung teori Resource-Based View (RBV) dan Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan sumber daya teknologi serta penerimaan terhadap inovasi digital dapat meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif organisasi. Dengan kata lain, keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara efektif serta memahami manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi tersebut dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemerintah, lembaga pendidikan, dan berbagai pemangku kepentingan terus memberikan dukungan melalui program pelatihan, pendampingan, dan peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM. Selain itu, diperlukan pengembangan infrastruktur teknologi yang lebih merata agar seluruh UMKM dapat mengakses dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dengan demikian, transformasi digital dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing UMKM serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 570–588. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). *Defining, conceptualising and measuring the digital economy*. Manchester: Centre for Development Informatics, University of Manchester.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.



- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Jogiyanto. (2019). *Sistem informasi keperilakuan* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andi Publisher.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia*. Jakarta: KemenKopUKM.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). New York: Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management information systems: Managing the digital firm* (17th ed.). New York: Pearson.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi penelitian komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly*, 41(1), 223–238. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41:1.03>
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Priyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Chichester: Wiley.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- World Bank. (2022). *Digital opportunities for SMEs in developing countries*. Washington, DC: World Bank.
- Yuswohady. (2020). *UMKM digital: Strategi bertahan dan berkembang di era digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2020). *Business research methods* (10th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2018). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (9th ed.). New York: Pearson Education.