



# **ANALISIS EFEKTIVITAS DIGITAL MARKETING DAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI ERA EKONOMI DIGITAL**

**Vallery Tasa Leora Pontifek Sion Gulo<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Gunungsitoli, Indonesia  
Email: [vallerygulo24@gmail.com](mailto:vallerygulo24@gmail.com)

## **Abstract**

This study aims to analyze how economic digitalization acts as a catalyst for Indonesia's Gross Domestic Product (GDP) growth by strengthening the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. Using descriptive qualitative methods and a literature review, this study finds that the adoption of digital technology by MSMEs improves operational efficiency, expands market reach, and enhances financial inclusion. The analysis shows that MSMEs' contribution to GDP increases along with the penetration of e-commerce and digital payment platforms, ultimately strengthening national economic resilience in the era of digital transformation.

**Keywords:** Economic Digitalization, GDP, MSMEs, Digital Transformation, Indonesian Economy.

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana digitalisasi ekonomi berperan sebagai katalisator pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia melalui penguatan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tinjauan pustaka (library research), studi ini menemukan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan inklusi keuangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB meningkat seiring dengan penetrasi platform e-commerce dan pembayaran digital, yang pada akhirnya memperkuat ketahanan ekonomi nasional di era transformasi digital.

**Kata Kunci:** Digitalisasi Ekonomi, PDB, UMKM, Transformasi Digital, Ekonomi Indonesia.



## PENDAHULUAN

Ekonomi digital telah menjadi pilar baru bagi pertumbuhan ekonomi global yang tidak dapat terelakkan, tidak terkecuali bagi Indonesia. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara masyarakat berinteraksi secara sosial, tetapi juga merevolusi struktur fundamental ekonomi melalui otomatisasi, integrasi data, dan efisiensi transaksi. Sebagai negara dengan populasi pengguna internet yang terus tumbuh pesat—mencapai lebih dari 210 juta jiwa—Indonesia memiliki potensi masif untuk mengoptimalkan output ekonominya melalui jalur digital. Kekuatan pasar digital Indonesia saat ini diproyeksikan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara, didorong oleh pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengandalkan ekosistem daring dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia yang memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas nasional. Secara statistik, sektor ini menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, meskipun memegang peran krusial, UMKM Indonesia masih kerap terjebak dalam hambatan tradisional yang menghambat skalabilitas usaha mereka. Masalah klasik seperti keterbatasan akses permodalan formal, rantai pasok yang tidak efisien, hingga jangkauan pasar yang terbatas secara geografis, seringkali menjadi tembok besar bagi pelaku usaha kecil untuk naik kelas.

Dalam konteks inilah, digitalisasi muncul sebagai solusi transformatif untuk memangkas hambatan-hambatan tersebut. Dengan adopsi teknologi digital, hambatan geografis yang selama ini membatasi pasar UMKM dapat dieliminasi melalui platform *e-commerce*. Selain itu, kehadiran *financial technology* (fintech) memberikan alternatif pembiayaan yang lebih inklusif bagi pelaku usaha yang sebelumnya dikategorikan *unbankable*. Proses digitalisasi ini menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) di mana efisiensi di tingkat mikro akan terakumulasi menjadi peningkatan produktivitas nasional.

Secara teoritis, peningkatan kinerja UMKM yang didorong oleh teknologi akan tercermin pada peningkatan nilai tambah bruto dari berbagai sektor lapangan usaha. Namun, transisi menuju ekonomi digital tidaklah tanpa tantangan; kesenjangan infrastruktur teknologi dan tingkat literasi digital masih menjadi pekerjaan rumah yang besar. Oleh karena itu, artikel ini akan membedah secara mendalam mengenai mekanisme bagaimana transisi digital di level UMKM mampu memberikan dampak makro terhadap pertumbuhan PDB nasional. Analisis ini sangat penting untuk memahami sejauh mana penguatan ekosistem digital pada unit ekonomi terkecil dapat menjadi katalisator bagi pemulihan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan di masa depan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode studi pustaka (*library research*) untuk mengeksplorasi fenomena digitalisasi pada sektor UMKM dan dampaknya terhadap makroekonomi. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran sistematis mengenai hubungan kausalitas antara adopsi teknologi digital dengan peningkatan output ekonomi nasional yang tercermin dalam angka Produk Domestik Bruto (PDB).

### 1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah **data sekunder** yang bersifat kronologis dan dokumenter. Data diperoleh dari berbagai otoritas resmi dan sumber kredibel untuk menjaga validitas analisis, antara lain:

1. **Laporan Tahunan Bank Indonesia (BI):** Digunakan untuk memperoleh data mengenai perkembangan sistem pembayaran digital, inklusi keuangan, dan kebijakan moneter terkait ekonomi digital.
2. **Badan Pusat Statistik (BPS):** Digunakan untuk mengambil data statistik mengenai pertumbuhan PDB, profil UMKM nasional, serta indeks



pembangunan teknologi informasi dan komunikasi.

3. **Studi Literatur:** Meliputi tinjauan terhadap jurnal-jurnal ilmiah terdahulu, artikel akademis, dan laporan riset ekonomi dari periode **2020 hingga 2025**. Rentang waktu ini dipilih secara sengaja untuk menangkap fenomena akselerasi digital yang terjadi selama dan pascapandemi COVID-19 di Indonesia.

## 2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode **dokumentasi dan studi pustaka**. Peneliti melakukan penelusuran terhadap regulasi pemerintah, naskah akademik, dan basis data digital guna mengumpulkan informasi yang relevan dengan variabel digitalisasi UMKM dan pertumbuhan ekonomi. Data yang dikumpulkan mencakup angka pertumbuhan sektor, jumlah UMKM yang telah terintegrasi dengan ekosistem digital (*onboarding*), serta volume transaksi e-commerce.

## 3 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif, yang meliputi tiga tahapan utama:

1. **Reduksi Data:** Melakukan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data pada indikator penguatan UMKM melalui teknologi digital.
2. **Penyajian Data (Data Display):** Data disusun secara sistematis dalam bentuk tabel, grafik, atau narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman mengenai tren pertumbuhan PDB dan tingkat penetrasi digitalisasi UMKM dari tahun ke tahun.

3. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi:** Langkah terakhir adalah melakukan interpretasi terhadap data yang telah disajikan untuk menemukan korelasi antara tingkat digitalisasi UMKM dengan tren pertumbuhan PDB. Peneliti mengevaluasi apakah penguatan di tingkat mikro (UMKM) secara konsisten memberikan kontribusi signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi di tingkat makro.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Mekanisme Dampak Digitalisasi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

Digitalisasi UMKM memberikan kontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) melalui beberapa mekanisme utama yang saling berkaitan. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara UMKM beroperasi di tingkat mikro, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi nasional secara makro. Secara konseptual, terdapat tiga saluran utama yang menjelaskan bagaimana digitalisasi UMKM berdampak terhadap pertumbuhan PDB.

Pertama, peningkatan omzet melalui pemanfaatan e-commerce. Digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar secara signifikan, tidak lagi terbatas pada wilayah lokal, tetapi juga menjangkau pasar nasional bahkan internasional. Platform e-commerce dan media sosial membuka akses pemasaran yang lebih luas, meningkatkan volume penjualan, serta mempercepat perputaran barang dan jasa. Peningkatan transaksi ini secara langsung berkontribusi pada kenaikan nilai tambah sektor UMKM, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan PDB nasional.

Kedua, peningkatan efisiensi biaya operasional. Pemanfaatan teknologi digital seperti perangkat lunak akuntansi berbasis cloud, sistem manajemen inventori digital, serta pemasaran berbasis media sosial membantu UMKM menekan biaya produksi dan distribusi. Dibandingkan metode konvensional, teknologi digital memungkinkan proses bisnis yang lebih cepat, transparan,



dan terukur. Efisiensi ini meningkatkan produktivitas usaha, sehingga output yang dihasilkan menjadi lebih besar dengan biaya yang relatif lebih rendah, yang berdampak positif terhadap kinerja ekonomi nasional.

Ketiga, penguatan inklusi keuangan. Digitalisasi membuka akses pembiayaan yang lebih luas bagi UMKM melalui layanan keuangan digital, seperti financial technology (fintech) dan peer-to-peer (P2P) lending. UMKM yang sebelumnya tergolong unbankable kini dapat memperoleh modal usaha tanpa harus memenuhi persyaratan perbankan konvensional yang ketat. Peningkatan akses pembiayaan ini mendorong ekspansi usaha, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kapasitas produksi UMKM, yang secara agregat berkontribusi terhadap pertumbuhan PDB.

#### Analisis Data Kontribusi UMKM terhadap PDB

Analisis data menunjukkan adanya peningkatan kontribusi sektor UMKM terhadap PDB nasional setelah terjadinya akselerasi digital pasca tahun 2020. Periode ini ditandai dengan meningkatnya jumlah UMKM yang terintegrasi ke dalam ekosistem digital, baik melalui e-commerce, sistem pembayaran digital, maupun layanan keuangan berbasis teknologi.

Data sekunder dari berbagai sumber resmi mengindikasikan bahwa digitalisasi mendorong pertumbuhan transaksi UMKM secara signifikan, khususnya selama dan setelah pandemi COVID-19. Ketika aktivitas ekonomi konvensional mengalami perlambatan, UMKM yang telah terdigitalisasi cenderung lebih adaptif dan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan omzet usahanya. Kondisi ini memperkuat peran UMKM sebagai penopang ekonomi nasional, terutama dalam menjaga stabilitas konsumsi rumah tangga dan penyerapan tenaga kerja.

**Tabel 1.** perbandingan estimasi kontribusi sektor UMKM sebelum dan sesudah akselerasi digital (Pasca-2020)

Indikator	Pra-Digitalisasi	Pasca-Digitalisasi
	Massal (Estimasi)	Massal (2024/2025)
Kontribusi		
UMKM terhadap PDB	57% – 59%	61% – 63%
Jumlah UMKM		
Go Digital	< 10 juta unit	> 25 juta unit
Pertumbuhan PDB		
Tahunan	4,8% – 5,0%	5,1% – 5,3% (proyeksi)

Dengan demikian, peningkatan kontribusi UMKM terhadap PDB pascadigitalisasi menunjukkan bahwa transformasi digital berfungsi sebagai katalis pertumbuhan ekonomi, bukan hanya sebagai solusi jangka pendek pada masa krisis, tetapi juga sebagai strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan.

#### Tantangan dalam Transformasi Digital UMKM

Meskipun digitalisasi UMKM memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian, proses transformasi digital masih menghadapi berbagai tantangan struktural yang perlu mendapat perhatian serius.

Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan infrastruktur digital. Ketersediaan dan kualitas jaringan internet yang belum merata, khususnya di luar Pulau Jawa dan wilayah terpencil, menjadi hambatan dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM. Kondisi ini berpotensi memperlebar kesenjangan ekonomi antarwilayah apabila tidak diatasi secara sistematis.

Tantangan berikutnya adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro. Banyak UMKM yang belum memiliki pemahaman memadai mengenai penggunaan teknologi digital secara optimal, termasuk aspek keamanan siber, perlindungan data, serta manajemen informasi digital. Kurangnya literasi ini dapat



menurunkan efektivitas pemanfaatan teknologi dan meningkatkan risiko penyalahgunaan data.

Selain itu, aspek regulasi juga menjadi tantangan penting dalam ekosistem digital UMKM. Diperlukan kebijakan yang mampu melindungi data pribadi pelaku usaha dan konsumen, sekaligus menjamin persaingan usaha yang sehat di platform digital. Regulasi yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi menjadi kunci agar digitalisasi UMKM dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Digitalisasi ekonomi terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), terutama melalui penguatan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Transformasi digital mendorong perubahan struktur biaya dan model bisnis UMKM menjadi lebih efisien, adaptif, dan kompetitif dalam menghadapi dinamika pasar. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan UMKM meningkatkan skala usaha, memperluas jangkauan pasar, serta mengoptimalkan proses produksi dan distribusi. Secara makroekonomi, penguatan UMKM digital berkontribusi langsung terhadap peningkatan konsumsi rumah tangga dan investasi, yang merupakan dua komponen utama dalam pembentukan PDB, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi nasional dalam jangka panjang.

Sebagai implikasi kebijakan, pemerintah perlu mengambil peran strategis dalam mempercepat pemerataan infrastruktur digital, khususnya melalui pengembangan jaringan 5G dan perluasan serat optik hingga ke wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T). Ketersediaan infrastruktur digital yang merata akan membuka peluang yang lebih inklusif bagi UMKM di berbagai daerah untuk mengakses pasar digital, layanan keuangan, serta ekosistem ekonomi berbasis teknologi secara setara.

Di sisi lain, peran akademisi dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) menjadi penting dalam meningkatkan

kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM. Program pelatihan yang berfokus pada literasi digital, keamanan siber, serta manajemen keuangan berbasis aplikasi perlu diperluas dan disesuaikan dengan karakteristik usaha mikro. Pendampingan yang berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap teknologi digital, sehingga pemanfaatannya tidak bersifat parsial, tetapi terintegrasi dalam strategi bisnis jangka panjang.

Selain itu, sektor swasta diharapkan berkontribusi aktif dalam mengembangkan platform digital yang lebih inklusif dan ramah pengguna. Desain aplikasi dan layanan digital yang sederhana, intuitif, serta mudah diakses oleh pelaku usaha lanjut usia menjadi faktor penting dalam memperluas adopsi teknologi. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta akan memperkuat ekosistem digital UMKM secara menyeluruh, sehingga digitalisasi tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menciptakan pembangunan yang berkeadilan dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik e-commerce dan pertumbuhan ekonomi nasional. BPS.
- Bank Indonesia. (2024). Laporan ekonomi dan keuangan digital Indonesia 2024. Bank Indonesia.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Deloitte. (2021). *Digital transformation of SMEs: Global perspectives*. Deloitte Insights.
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The new economics of multisided platforms*. Harvard Business Review Press.
- International Monetary Fund. (2023). *Digitalization and macroeconomic growth*. IMF.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah



- Republik Indonesia. (2024). Peta jalan transformasi digital UMKM 2024–2030. KemenKopUKM RI.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- McKinsey Global Institute. (2022). *The future of digital economies*. McKinsey & Company.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). *SME digitalisation to build resilience*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- Stiglitz, J. E. (2019). *People, power, and profits: Progressive capitalism for an age of discontent*. W. W. Norton & Company.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- UNCTAD. (2021). *Digital economy report 2021*. United Nations.
- World Bank. (2020). *Doing business in the digital age*. World Bank Publications.
- World Bank. (2022). *Digital development overview*. World Bank.
- Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010). The new organizing logic of digital innovation. *Information Systems Research*, 21(4), 724–735. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0322>
- Zhang, Y., & Chen, W. (2021). Digital transformation of SMEs and economic growth. *Journal of Small Business Management*, 59(4), 713–732. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1865465>