MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Inovasi dan Digitalisasi sebagai Pendukung Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Mempercepat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Natasya Ananda Delia Putri[1], Novareta Gaho[2], Arini Oktavia[3], Tri Fadiyah[4], Obet Prayogo[5]
Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
ntsyaann16@gmail.com , novareta738@gmail.com, artavia0410@gmail.com, trifadiyah@gmail.com, obetprayogo82@gmail.com

Abstract

This study examines the role of innovation and digitalization as key drivers of growth for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. MSMEs are an important pillar of the national economy, contributing significantly to the Gross Domestic Product (GDP) at 61% and employing more than 97% of the workforce. However, MSMEs face challenges, one of which is low adoption of technology and innovation, which limits productivity and competitiveness. The method used in this study is a qualitative literature review that examines the concepts of product, process, organizational, and marketing innovation, as well as the impact of digitalization on operational efficiency and digital market access. The findings show that innovation can increase product added value and production efficiency, while digitization plays a role in accelerating every stage of business, expanding market reach, and increasing financial transparency. Synergistic collaboration between the government and the private sector is needed to overcome obstacles such as limited digital literacy, access to financing, and supporting infrastructure. In conclusion, innovation and digitalization not only serve as tools but also as strategic catalysts for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to increase their contribution to inclusive and sustainable economic growth in Indonesia.

Article history
Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Keywords: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Digitalization, Economic Growth

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran inovasi dan digitalisasi sebagai pendorong utama pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting ekonomi nasional dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61% dan penyerapan tenaga kerja lebih dari 97%. Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan salah satunya adalah rendahnya adopsi teknologi dan inovasi yang membatasi produktivitas dan daya saing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode studi literatur kualitatif yang mengkaji konsep inovasi produk, proses, organisasi, dan pemasaran serta dampak digitalisasi terhadap efisiensi operasional dan akses pasar digital. Temua penelitian menunjukkan bahwa inovasi dapat meningkatkan nilai tambah produk dan efisiensi produksi, sementara digitalisasi berperan dalam mempercepat setiap tahapan bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan transparansi aspek keuangan. Diperlukan kolaborasi sinergis antara pemerintah dan sektor swasta untuk mengatasi hambatan seperti keterbatasan literasi digital, akses terhadap pembiayaan, dan infrastruktur pendukung. Kesimpulannya, inovasi dan digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, melainkan juga sebagai katalis strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci:

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Digitalisasi, Pertumbuhan Ekonomi	

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi fondasi utama dalam kerangka ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi substansial terhadap pertumbuhan inklusif dan pencipta lapangan pekerjaan. Pada tahun 2024, UMKM menyumbang sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% dari total tenaga kerja nasional, yang setara dengan sekitar 117 juta orang pekerja (Direktorat Neraca Produksi, Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2020–2024 (Quarterly Gross Domestic Product of Indonesia 2020–2024) (Vol. 7). Disusun oleh Akhmad Mun'im, Yunita, Maydita Ayu Nursaskiawati, & Wahy, 2024).

Namun, di tengah tantangan global seperti pandemi COVID-19 dan ketergantungan pada ekonomi tradisional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi hambatan seperti ketergantungan pada pasar lokal, kurangnya inovasi, dan rendahnya adopsi teknologi digital. Hal ini menjadi isu krusial, mengingat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang ditargetkan mencapai 5-6% per tahun oleh pemerintah (*Jaga Pertumbuhan Ekonomi 2024, Menkeu: Pemerintah Akan Perhatikan Konsumsi, Investasi, Ekspor, Impor*, 2024), dimana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan berperan sebagai penggerak utama.

Menurut Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2024), terdapat sekitar 64,2 juta unit UMKM di Indonesia (Junaidi, 2024). Namun, produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih rendah dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya, dengan rata-rata pertumbuhan pendapatan hanya 4,7-4,8% per tahun (BPS, 2025). Faktor-faktor sepertinya kurangnya inovasi dalam pengembangan produk dan proses produksi menjadi penghalang utama. Inovasi dalam pengembangan teknologi, termasuk Internet of Things (IoT) dan kecerdasan buatan (AI), dapat mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan efisiensi operasional serta menciptakan nilai tambah.

Di Indonesia, digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didukung oleh program pemerintah seperti Gerakan Nasional Literasi Digital dan platform e-commerce seperti Gojek dan Tokopedia, yang telah membantu UMKM mengakses pasar digital. Namun, hanya 40% Usaha

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah sepenuhnya terdigitalisasi (Yudha, 2024), yang menyebabkan ketimpangan akses antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah perkotaan dan pedesaan. Inovasi dan digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga memperkuat inklusi keuangan melalui fintech, yang dapat mengurangi ketergantungan pada pinjaman tradisional.

Dalam konteks globalisasi, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terkait erat pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus selaras dengan Agenda Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dari Perserikatan Bangsa-Bangsa, terutama SDG 8 yang menekankan pertumbuhan ekonomi inklusif dan SDG 9 yang mengedepankan inovasi serta pengembangan infrastruktur. Menurut data World Economic Forum (2023), negara-negara dengan indeks inovasi yang tinggi, seperti Singapura, menunjukkan peningkatan pertumbuhan UMKM sebesar 8% per tahun melalui penerapan digitalisasi yang terencana dan strategis.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi strategis dalam mempercepat transformasi struktural ekonomi Indonesia menuju era digital. Inovasi dan digitalisasi bukan hanya pilihan alternatif, melainkan suatu imperatif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai upaya untuk mempercepat ekspansi ekonomi nasional untuk mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi nasional, dengan memanfaatkan data empiris terkini serta kerangka teoritis yang kokoh dan komprehensif.

2. Tinjauan Pustaka

Pengertian dan Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai fondasi utama perekonomian Indonesia, memiliki kontribusi substansial terhadap pembangunan nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai aktivitas ekonomi yang produktif dijalankan secara individu atau badan usaha perseorangan dengan memenuhi kriteria spesifik mengenai aset dan omset tahunan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008)

Menurut Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2024), jumlah UMKM telah mencapai lebih dari 64 juta, memberikan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Junaidi, 2024). Kondisi ini mengindikasikan bahwa UMKM tidak hanya bertindak sebagai motor penggerak utama perekonomian dalam negeri, tetapi juga sebagai landasan fundamental dalam membangun

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

suatu sistem ekonomi yang inklusif dan adil.

Meskipun demikian, kontribusinya besar, sejumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan struktural seperti keterbatasan akses modal, rendahnya tingkat literasi digital, kurangnya inovasi produk, serta terbatasnya akses ke pasar internasional. Dengan demikian, pendekatan strategis yang adaptif melalui inovasi dan digitalisasi guna meningkatkan daya saing serta memperkuat resiliensi ekonomi nasional.

Konsep dan Dimensi Inovasi

Inovasi merujuk pada kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang orisinil atau memperbaharui entitas yang telah ada dengan tujuan memberikan nilai tambah bagi konsumen dan entitas bisnis. Inovasi merupakan proses kreatif yang menghasilkan produk, metode, atau pasar baru yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif.

Dalam lingkup Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), inovasi tidak terbatas pada aspek produk, melainkan juga mencakup inovasi proses, inovasi organisasi, serta inovasi pemasaran. Inovasi yang berkaitan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dikategorikan ke dalam empat kategori utama:

1. Inovasi Produk

Inovasi produk melibatkan aktivitas pengembangan produk baru maupun penyempurnaan produk yang sudah ada, untuk lebih selaras dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Tujuannya adalah meningkatkan nilai tambah, kualitas, serta daya saing produk di pasar.

Contohnya:

- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner memperkenalkan varian rasa baru atau kemasan ramah lingkungan.
- Pengrajin batik menciptakan desain kontemporer yang dipadukan dengan teknologi digital printing.
- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang fashion memanfaatkan bahan lokal dengan desain yang mengikuti tren global.

2. Inovasi Proses

Inovasi proses merupakan pembaharuan dalam metode produksi barang atau penyediaan jasa untuk mencapai efisiensi, kecepatan, dan kualitas yang lebih tinggi. Pada UMKM, inovasi

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

ini sering kali melibatkan adopsi teknologi baru, sistem kerja otomatis, atau penggunaan bahan baku yang lebih efisien.

Contohnya:

- Penerapan mesin otomatis untuk mempercepat produksi makanan ringan.
- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) konveksi mengadopsi pemotongan pola berbasis komputer untuk menghemat bahan kain.
- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) jasa laundry menggunakan aplikasi digital untuk merekam pesanan dan mengatur jadwal pengiriman.

Inovasi proses menjadi sumber utama efisiensi ekonomi karena dapat menurunkan biaya dan meningkatkan kapasitas produksi tanpa perlu menambah tenaga kerja. Bagi UMKM, hal ini krusial mengingat keterbatasan modal dan sumber daya mereka. Selain itu, inovasi proses turut meningkatkan standar kualitas produk dan mempercepat respons terhadap permintaan pasar, yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap profitabilitas dan kelangsungan usaha.

3. Inovasi Organisasi

Inovasi organisasi mencakup perubahan dalam struktur, sistem manajemen, budaya kerja, atau pola kepemimpinan perusahaan untuk meningkatkan efektivitas dan performa organisasi. Secara kontekstual dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), inovasi organisasi meliputi:

- Pembagian tugas dan tanggung jawab yang disusun secara lebih sistemis dan terorganisir,
- Implementasi sistem insentif berdasarkan kinerja,
- Pengembangan budaya kerja yang kolaboratif dan terbuka,
- Pemanfaatan aplikasi manajemen untuk pencatatan keuangan atau inventori.

Inovasi organisasi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat menghasilkan lingkungan kerja yang bertambah produktif, mempercepat proses pengambilan keputusan, dan meningkatkan koordinasi antarbagian. Selain itu, struktur organisasi yang adaptif membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk lebih cepat mengharmonisasi diri dengan perubahan pasar dan teknologi digital. Contohnya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sebelumnya hanya ditangani oleh pemilik tunggal kini membentuk tim pemasaran digital khusus untuk mengelola platform jejaring sosial dan perdagangan dalam jaringan. Langkah kecil ini merupakan bentuk nyata dari inovasi organisasi yang berdampak besar terhadap peningkatan penjualan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

4. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran (marketing innovation) merujuk pada implementasi strategi-strategi inovatif dalam kegiatan promosi, penetapan harga, distribusi, serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan, dengan tujuan memperluas cakupan pasar dan memperkokoh citra merek.

Contohnya:

- Pemanfaatan platform jejaring sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk kegiatan promosi serta interaksi langsung dengan konsumen.
- Adopsi sistem penjualan dalam jaringan (daring) melalui e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop.
- Penerapan strategi pemasaran melalui influencer untuk memperluas jangkauan audiens sasaran.
- Pengembangan program loyalitas pelanggan denagan menggunakan aplikasi digital atau sistem poin.

Inovasi pemasaran digital berpotensi meningkatkan visibilitas merek Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) hingga 70% dibandingkan pendekatan konvensional. Melalui inovasi pemasaran, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak hanya dapat memperluas pasar, tetapi juga membangun keterlibatan pelanggan jangka panjang (*customer engagement*) yang menjadi sumber kekuatan utama dalam persaingan bisnis.

Konsep dan Peran Digitalisasi terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Digitalisasi mengacu pada proses pemanfaatan teknologi digital untuk mentransformasi metode operasional, sistem pelayanan, dan model bisnis agar lebih efisien, terintegrasi, serta responsif terhadap dinamika zaman. Dalam cakupan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digitalisasi tidak semata-mata melibatkan adopsi teknologi, melainkan juga perubahan pola pikir dan strategi bisnis yang berfokus pada inovasi, kecepatan, serta pemenuhan kebutuhan pasar kontemporer.

Implementasi digitalisasi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mencakup beragam dimensi krusial, misalnya pemanfaatan e-commerce sebagai kanal penjualan dan promosi produk, penerapan pemasaran digital untuk memperkuat taktik promosi, penggunaan sistem pembayaran elektronik untuk memfasilitasi transaksi, serta pengelolaan data melalui

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Computing Cloud untuk menunjang kelancaran proses pengambilan keputusan yang bersifat responsive dan akurat.

Transformasi digital memiliki pengaruh yang substansial pada kelangsungan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya produksi, serta mempercepat alur distribusi. Selain itu, digitalisasi membuka peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan cakupan segmen pasar, baik secara lokal maupun global, melalui berbagai platform perdagangan elektronik seperti marketplace dan jejaring sosial.

Selain itu, digitalisasi memfasilitasi interaksi yang lebih dekat antara pelaku usaha dan konsumen melalui komunikasi digital, layanan yang responsif, serta mekanisme umpan balik yang efektif. Pengambilan keputusan pun menjadi lebih presisi karena didasarkan pada data dan analisis pasar yang terukur.

Implementasi digitalisasi terbukti sebagai salah satu elemen kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas bisnis meningkatkan produktivitas, mempercepat distribusi barang dan jasa, serta memperluas peluang lapangan kerja di sektor ekonomi kreatif. Saat ini, jutaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan usahanya, menunjukkan bahwa digitalisasi bukan sekadar tren, melainkan kebutuhan esensial di era ekonomi modern.

Namun, keberhasilan transformasi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak ekslusif bergantung pada teknologi, namun juga dipengaruhi oleh tingkat kesiapan sumber daya manusia serta keberadaan budaya organisasi yang adaptif. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu membangun kompetensi dalam pemanfaatan teknologi digital, manajemen keuangan berbasis teknologi, serta kemampuan analisis pasar agar dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya instrumen untuk bertahan, melainkan juga katalisator bagi pertumbuhan usaha dan penguatan ekonomi nasional secara berkelanjutan.

Keterkaitan Inovasi dan Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Inovasi dan transformasi digital saling berkomplementar dalam upaya mengoptimalkan performa serta kemampuan bersaing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Inovasi

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

memerlukan dukungan teknologi digital untuk mempercepat, mengoptimalkan, dan menyesuaikan proses pengembangan produk, layanan, serta operasi sesuai dengan dinamika pasar. Sebaliknya, digitalisasi menciptakan peluang bagi munculnya inovasi melalui implementasi teknologi informasi, komunikasi, dan otomasi yang memperkuat strategi bisnis.

Dalam kerangka pertumbuhan ekonomi kontemporer, inovasi dan digitalisasi berperan sebagai katalis utama bagi peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha. Teori pertumbuhan ekonomi endogen menegaskan bahwa pengetahuan dan inovasi merupakan faktor krusial dalam pertumbuhan jangka panjang. Hal ini selaras dengan observasi bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengintegrasikan teknologi berbasis digital dalam kegiatan bisnisnya dapat berpotensi memperbaiki efektivitas operasional, mengurangi biaya produksi, serta memperluas akses pasar melalui saluran online dan sistem pembayaran elektronik.

Transformasi digital juga mempercepat proses penciptaan nilai tambah pada produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui digitalisasi pemasaran, pelaku kegiatan bisnis mampu menjangkau konsumen di berbagai wilayah, memperkokoh citra merek, serta intensifikasi interaksi dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, dompet elektronik, sistem QRIS, dan aplikasi akuntansi digital tidak hanya memperpendek siklus keuangan, tetapi juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam manajemen bisnis.

Hubungan antara inovasi, digitalisasi, dan performa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dianalisis dengan menggunakan tiga dimensi utama, yakni:

- Efisiensi Operasional, di mana teknologi berkontribusi pada pengurangan biaya produksi, percepatan distribusi, dan optimalisasi pengelolaan sumber daya.
- Akses Pasar Digital, yang memfasilitasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai upaya peningkatan jangkauan basis konsumen dengan menggunakan berbagai platform digital dengan lebih efektif.
- Peningkatan Nilai Tambah Produk, di mana inovasi mendorong pengembangan produk dengan kualitas dan karakteristik unik yang menjadi diferensiasi kompetitif di pasar.

Dengan demikian, semakin intensif implementasi inovasi dan digitalisasi, semakin signifikan potensi peningkatan performa dan kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Integrasi keduanya tidak hanya memperkuat resiliensi bisnis di tengah disrupsi teknologi, tetapi juga membentuk fondasi bagi ekosistem ekonomi yang inklusif, produktif, dan berkelanjutan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Inovasi dan Digitalisasi sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai peningkatan kapasitas suatu negara dalam menghasilkan produk dan jasa secara berkelanjutan. Dalam kerangka konseptual pertumbuhan ekonomi modern, khususnya yang menekankan peran faktor-faktor internal dalam sistem ekonomi, inovasi dan kemajuan teknologi diakui sebagai elemen utama yang memengaruhi produktivitas serta daya saing suatu negara.

Dalam konteks Indonesia, keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengadopsi inovasi serta melakukan transformasi digital memainkan peran strategis dalam mempercepat pencapaian pertumbuhan berkelanjutan dalam kapasitas produksi dan pendapatan nasional. Melalui penerapan inovasi dan teknologi digital, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas tenaga kerja, penciptaan lapangan pekerjaan baru, ekspansi pasar, serta penguatan rantai pasok lokal. Selain itu, peningkatan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM juga berdampak positif terhadap daya beli masyarakat, pertumbuhan ekspor produk lokal, serta pemerataan pembangunan ekonomi di berbagai wilayah Indonesia.

Transformasi digital yang berlangsung di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bukan sekadar perubahan dalam aspek teknologi, melainkan merupakan strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Integrasi teknologi dalam operasional bisnis terbukti mampu meningkatkan efisiensi, memperkuat daya saing produk, dan secara signifikan memperluas akses pasar. Fenomena ini memperlihatkan bukti bahwa digitalisasi tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, serta turut mempercepat inklusi keuangan dan mengurangi kesenjangan sosial ekonomi antar wilayah.

Selain itu, integrasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ke dalam ekosistem digital nasional menciptakan kerangka ekonomi yang memiliki ketahanan tinggi dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan global. Dengan dukungan inovasi yang berkelanjutan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kapasitas signifikan sebagai faktor pendorong utama ekonomi, sekaligus berfungsi sebagai pilar penting dalam rangka pencapaian sistem ekonomi yang menempatkan seluruh lapisan masyarakat sebagai peserta aktif dan penerima manfaat, merata dan berkeadilan.

Tantangan dan Strategi Penguatan Inovasi serta Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Indonesia

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Meskipun inovasi dan digitalisasi berperan sebagai pendorong utama kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era modern, pelaksanaannya di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan fundamental. Keterbatasan pada kapasitas dan kompetensi tenaga kerja yang belum memiliki kompetensi digital, rendahnya tingkat literasi teknologi, serta akses terhadap pembiayaan dan infrastruktur digital yang belum merata merupakan tantangan yang perlu segera diatasi.

Sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di daerah non-perkotaan, masih mengandalkan pendekatan kerja tradisional akibat kurangnya pengetahuan dalam penggunaan inovasi teknologi digital untuk pengembangan usaha. Situasi ini diperburuk oleh rendahnya literasi keuangan dan keamanan siber, yang mengakibatkan berbagai pelaku dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum mencapai kondisi yang optimal dalam menghadapi transformasi digital.

Dalam memperkuat peran inovasi dan digitalisasi, diperlukan strategi yang bersifat kolaboratif dan berkelanjutan. Pengembangan kapasitas tenaga kerja melalui program pengembangan kapasitas dan bimbingan berbasis teknologi digital harus menjadi langkah prioritas. Selain itu, sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta perlu ditingkatkan untuk membangun ekosistem inovasi yang adaptif dan inklusif.

Pemerintah juga perlu memperluas dukungan melalui akses pembiayaan berbasis teknologi, seperti fintech dan pinjaman digital, yang ramah bagi pelaku usaha kecil. Sementara itu, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus terus menumbuhkan semangat inovatif, memperkuat identitas merek, serta beradaptasi dengan perilaku konsumen yang semakin digital.

Dengan adanya kebijakan yang progresif, infrastruktur yang memadai, serta peningkatan literasi digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia berpotensi menjadi katalis utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Transformasi digital dan inovasi yang berkelanjutan diharapkan dapat membentuk ekosistem bisnis yang lebih inklusif, produktif, dan mampu bersaing di kancah global.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur untuk menganalisis peran inovasi dan digitalisasi dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) yang berfungsi sebagai faktor penggerak utama dalam dinamika pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah pada analisis mendalam terhadap konsep, teori, dan temuan empiris yang berasal dari berbagai sumber ilmiah yang relevan, tanpa melibatkan pengumpulan data langsung di lapangan.

Metode studi literatur dilakukan melalui serangkaian tahapan yang mencakup pengumpulan, peninjauan, dan analisis berbagai sumber akademik yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data sekunder yang mencakup jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional, buku-buku akademik, serta publikasi dari lembaga penelitian.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui kajian isi literatur untuk mengidentifikasi hubungan konseptual antara inovasi, digitalisasi, dan kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Setiap literatur yang dikaji dibandingkan dan disintesiskan guna memperoleh pemahaman komprehensif mengenai bagaimana penerapan inovasi dan digitalisasi dapat memperkuat daya saing serta peran UMKM dalam perekonomian.

Melalui metode ini, penelitian bertujuan untuk memberikan wawasan teoritis dan empiris yang mendalam, sekaligus memperkaya pemahaman akademik mengenai signifikansi inovasi dan digitalisasi dalam memperkuat keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di masa ekopnomi berbasis teknologi digital.

4. Hasil dan Pembahasan

Peran Inovasi dalam Penguatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan keunggulan kompetitif melalui inovasi produk, layanan, serta proses bisnis yang baru dan bernilai tambah. Melalui inovasi, UMKM dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan dinamika pasar, memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang, serta membedakan diri dari pesaing. Selain itu, inovasi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mutu produk.

Inovasi berfungsi sebagai kunci utama untuk kelangsungan dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perkembangan ekonomi digital yang terus berlangsung.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Penelitian menunjukkan bahwa penerapan inovasi pada produk dan proses produksi dapat menghasilkan nilai tambah yang signifikan, melalui peningkatan kualitas, desain yang lebih menarik, serta efisiensi dalam biaya produksi. Sebagai contoh, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner yang menciptakan rasa baru dan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan mampu meningkatkan penjualan secara substansial.

Secara umum, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mampu mempertahankan eksistensinya karena inovasi tidak hanya berperan sebagai alat untuk kelangsungan usaha, tetapi juga menjadi fondasi bagi pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan. Melalui penerapan inovasi yang terencana dan berkesinambungan, UMKM memiliki kemampuan untuk memperluas peluang bisnis, memperkuat struktur ekonomi di tingkat lokal, serta memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam dinamika pertumbuhan ekonomi nasional.

Dampak Digitalisasi terhadap Efisiensi Operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Digitalisasi memberikan kemudahan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengintegrasikan beragam dimensi operasional bisnis, meliputi proses produksi, strategi pemasaran, hingga manajemen keuangan dan akuntansi. Data yang diperoleh dari Bank Indonesia (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang mengimplementasikan digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 40%.

Teknologi digital, seperti sistem kasir digital, aplikasi akuntansi berbasis cloud, dan platform marketplace, berperan penting dalam mempercepat proses bisnis, mengurangi biaya, serta memperbaiki administrasi dan manajemen keuangan bagi pelaku dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, digitalisasi memfasilitasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengakses segmen pasar yang lebih luas melalui pemasaran online dan media sosial, serta meningkatkan produktivitas usaha. Namun, masih terdapat tantangan, seperti keterbatasan literasi digital dan infrastruktur, yang perlu diatasi agar penerapan digitalisasi dapat dilakukan secara lebih merata.

Dampak dari digitalisasi ini dapat membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah ke digital, terutama setelah masa kritis akibat pandemi COVID-19. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berhasil melakukan transformasi digital dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat terbukti lebih resilien dalam menghadapi tekanan ekonomi dan memiliki kemampuan adaptasi

yang lebih baik jika dikomparasikan dengan pelaku usaha yang masih mengandalkan pendeketan tradisional.

Sinergi Pemerintah dan Swasta dalam Mendorong Transformasi Digital

Transformasi digital tidak dapat berlangsung secara optimal tanpa adanya kolaborasi yang solid antara pemerintah dan sektor swasta. Pemerintah memegang peranan penting sebagai pembuat kebijakan dan penyedia infrastruktur dasar, seperti jaringan internet, regulasi yang mendukung, serta insentif bagi pelaku usaha. Di pihak lain, sektor swasta berfungsi sebagai penggerak utama inovasi melalui pengembangan teknologi, penyediaan solusi digital, serta pengembangan kapabilitas sumber daya manusia.

Kerja sama antara kedua pihak ini mengembangkan ekosistem digital yang bersifat inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan. Sebagai contoh, pemerintah dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan teknologi untuk terlibat dalam program digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sementara sektor swasta dapat menawarkan pelatihan, akses pasar, dan teknologi yang diperlukan. Sinergi ini tidak hanya mempercepat proses adopsi teknologi, tetapi juga memastikan bahwa transformasi digital berlangsung secara merata di seluruh wilayah.

Dalam konteks ekonomi global yang semakin kompetitif, transformasi digital yang terencana dan kolaboratif akan memperkuat daya saing nasional, karena masyarakat dan pelaku usaha akan lebih mudah mengakses layanan digital, meningkatkan produktivitas, serta memperluas peluang ekonomi.

Tantangan Implementasi Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Meskipun digitalisasi menawarkan berbagai manfaat untuk memperkuat efisiensi dan kemampuan bersaing, pelaksanaannya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menghadapi berbagai kendala yang cukup rumit. Beberapa hambatan primer yang yang menjadi tantangan adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan literasi digital.

Sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang terletak pada wilayah non-perkotaan, masih belum menguasai penggunaan teknologi digital dalam kegiatan operasional, seperti akuntansi berbasis aplikasi, manajemen stok, dan pemasaran daring. Rendahnya tingkat kemampuan ini mengakibatkan pemanfaatan teknologi belum

optimal dan masih bergantung pada metode konvensional.

2. Kendala biaya dan infrastruktur.

Investasi awal yang diperlukan untuk perangkat digital, koneksi internet yang stabil, serta perangkat lunak manajemen sering kali dianggap mahal oleh pelaku sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang beroperasi pada skala mikro. Selain itu, kendala keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah pedesaan juga memperlambat proses transformasi digital.

3. Isu keamanan data dan kepercayaan konsumen.

Rendahnya kesadaran pelaku sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai pentingnya keamanan data dan privasi konsumen menjadi salah satu hambatan utama dalam penerapan teknologi digital. Kekhawatiran terhadap potensi penyalahgunaan data dan penipuan daring juga membuat sebagian pelaku usaha ragu untuk sepenuhnya beralih ke platform digital.

4. Kurangnya pendampingan dan pelatihan berkelanjutan.

Sebagian besar program pelatihan digitalisasi yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun sektor swasta masih bersifat jangka pendek dan belum mencapai tahap implementasi yang nyata di lapangan. Kurangnya pendampingan setelah pelatihan menyebabkan banyak pelaku sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menemui tantangan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem manajemen mereka secara berkelanjutan.

5. Kesimpulan

Inovasi dan digitalisasi telah terbukti menjadi komponen strategis dalam memperkuat ketahanan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Melalui penerapan inovasi pada produk, proses, organisasi, serta pemasaran, UMKM memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan nilai tambah, dan memperluas cakupan pasar. Selain itu, digitalisasi membawa perubahan signifikan dalam cara UMKM beroperasi dengan memungkinkan otomatisasi proses bisnis, peningkatan transparansi keuangan, serta mempermudah akses ke pasar digital baik secara regional maupun internasional.

Data menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah mengadopsi teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 40%, mempercepat proses distribusi, serta secara signifikan meningkatkan penjualan. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi dan digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung, tetapi juga berperan sebagai katalis utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Namun, pelaksanaan digitalisasi masih menghadapi berbagai tantangan, terbatasnya pemahaman literasi digital, keterbatasan fasilitas infrastruktur, serta minimnya akses terhadap pembiayaan teknologi. Oleh sebab itu, sinergi antar lembaga pemerintah, sektor swasta, institusi pendidikan, dan masyarakat luas menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem digital yang adaptif dan merata.

Dengan dukungan kebijakan yang tepat, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta penguatan infrastruktur digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia menunjukkan kapasitas signifikan sebagai penggerak utama ekonomi nasional yang berdaya saing global. Pada akhirnya, inovasi dan digitalisasi bukan sekadar pilihan, melainkan merupakan kebutuhan strategis bagi transformasi ekonomi Indonesia menuju masa depan yang lebih produktif, inklusif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, *16*, 33.

Baader, F., & Hollunder, B. (1991). Kris. *ACM SIGART Bulletin*, *2*(3), 8–14. https://doi.org/10.1145/122296.122298

BPS. (2025). Statistik Pendapatan Februari. In *Badan Pusat Statistik* (Vol. 12, Issue 1).

Cynthia Ananda Br Tarigan, Hendestri Br Sembiring, Rissa Yulinda, Siti Marfu'ah Bako, & Arsyadona Arsyadona. (2025). Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak*, *2*(2), 187–195. https://doi.org/10.61132/jbep.v2i2.1115

Das, K., Tamhane, T., Vatterott, B., Wibowo, P., & Wintels, S. (2018). The Digital Archipelago Executive Summary. *McKinsey & Company*, *August*, 1–12. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured insights/asia pacific/the

digital archipelago how online commerce is driving indonesias economic development/the-digital-archipelago-executive-summary.pdf

Direktorat Neraca Produksi, Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2020–2024 (Quarterly Gross Domestic Product of Indonesia 2020–2024) (Vol. 7). Disusun oleh Akhmad Mun'im, Yunita, Maydita Ayu Nursaskiawati, & Wahy, & S. M. J. B. P. S. (2024). Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2020–2024 (Quarterly Gross Domestic Product of Indonesia 2020–2024). In *Badan Pusat Statistik (BPS-Statistics Indonesia)* (Vol. 7, Issue 07100.24011). http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/03/emi

Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, *5*(2), 41–47. https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172

Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, *3*(2), 94–103. https://doi.org/10.36985/07f8a660

Jaga Pertumbuhan Ekonomi 2024, Menkeu: Pemerintah akan Perhatikan Konsumsi, Investasi, Ekspor, Impor. (2024). Kementrian Keuangan Republik Indonesia. https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Jaga-Pertumbuhan-Ekonomi-2024

Junaidi, M. (2024). *UMKM HEBAT, PEREKONOMIAN NASIONAL MENINGKAT*. Kementrian Keuangan Republik Indonesia. https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html

Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Optimalisasi UMKM Melalui Transformasi Digital. *Journal Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, *7*, 105–107. https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index

McKinsey & Company. (2023). *Investing in Indonesia's Digital Economy*. *October*, 1–28.

Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). Pengaruh Digitalisasi Pada Peningkatan Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *IDENTIK: Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan*

Teknik, *02*(01), 100–108. https://sihojurnal.com/index.php/identik/article/view/251

Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi Disertasi Contoh Proposal)* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.

Mustopo, B. (2022). Transformasi Digital Jadi Kunci Resiliensi UMKM. *Kemenkopukm*, 1–28. https://jdih.kominfo.go.id/monografi_hukum/monografi/t/majalah/34

Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, *2*(2), 17. https://doi.org/10.47134/jampk.v2i2.475

Saleh, S. (2023). Mengenal Penelitian Kualitatif (Panduan bagi Peneliti Pemula). In *AGMA (Anggota IKAPI NO 054/SSL/2023)* (Vol. 1, Issue 1). http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/03/emi

Susilowati, H., Ratnaningrum, S. E. M. M., Si, M., Andriana, M., Kom, M., Hargyatni, T., & Sholihah, E. (2022). *Kinerja Bisnis Umkm Di Era Digital Penerbit Cv. Eureka Media Aksara*.

Syarif, D., Helfenta, Hidayat, D., & Yunita, E. (2023). Inovasi & Digitalisasi Umkm Menuju Masyarakat Mandiridi Desa Tebing Tinggi Tapan. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 1–7. https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/RGK/article/view/3533%0Ahttps://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/RGK/article/download/3533/1133

Triyanto, Nuryatno, M., Mulyani, S. D., Nugraha, E. R., Jovanka, F., & Resi, E. E. (2025). Transformasi Digital-Strategi UMKM Untuk Berdaptasi di Era Industri 4.0 Melalui Pelatihan dan Pendampingan. *Jurnal Abdikaryasakti*, *5*(1), 25–42.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. *1*.

Yudha, T. (2024). *Digitalisasi UMKM Ditargetkan Meningkat hingga 60 Persen di 2025*. IDX Channel. https://www.idxchannel.com/technology/digitalisasi-umkm-ditargetkan-meningkat-hingga-60-persen-di-2025