



Gema Ekonomi
e-ISSN: 2621-0444
Vol. 13 No. 1 Januari 2024 pp 13-20

<https://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/index>

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

e-ISSN: 2621-0444

Vol. 13 No. 1 Januari 2024

PEMBANGUNAN EKONOMI INKLUSIF MELALUI DIGITALISASI UMKM: ANALISIS KUALITATIF DI INDONESIA

Fitri Ayu Triana Putri
Universitas Terbuka, Indonesia
Email : fitriayut.p@gmail.com

Abstract

MSMEs play a strategic role in the Indonesian economy, but the challenges of globalization and technological disruption require adaptation through digitalization to survive and compete. This research is motivated by the imbalance in digital literacy, limited infrastructure, and unequal access to capital, which has prevented all business actors from fully benefiting from digitalization. The objective of this research is to explore the experiences, challenges, and adaptation strategies of MSMEs in the digitalization process and analyze their contribution to inclusive economic development. The research method used a qualitative approach using in-depth interviews, observations, and documentation studies of MSMEs that have adopted digital technology, which were then analyzed using thematic analysis techniques. The results show that digitalization can improve operational efficiency, expand market access, and encourage the participation of vulnerable groups, despite obstacles such as low digital literacy, limited infrastructure, and limited access to financing. The findings also emphasize the importance of proactive and collaborative adaptive strategies, including digital training, business communities, and responsive public policy support. This research confirms that MSME digitalization has significant potential to become a driver of inclusive economic development in Indonesia, but this requires more comprehensive policy interventions, equitable infrastructure support, and increased business capacity.

Keywords: Digitalization of MSMEs, Inclusive economy, Digital transformation, MSME obstacles, Adaptation strategies

Abstrak

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun tantangan globalisasi dan disrupsi teknologi menuntut adaptasi melalui digitalisasi agar mampu bertahan dan bersaing. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada kesenjangan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta akses modal yang belum merata sehingga manfaat digitalisasi belum sepenuhnya dirasakan oleh seluruh pelaku usaha. Tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi pengalaman, hambatan, serta strategi adaptasi UMKM dalam proses digitalisasi dan menganalisis kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi inklusif. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi pada

UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital, kemudian dianalisis dengan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendorong partisipasi kelompok rentan, meskipun terdapat hambatan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan minimnya akses pembiayaan. Temuan juga menegaskan pentingnya strategi adaptif yang bersifat proaktif dan kolaboratif, termasuk pelatihan digital, komunitas bisnis, dan dukungan kebijakan publik yang responsif. Penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM berpotensi besar menjadi penggerak pembangunan ekonomi inklusif di Indonesia, namun keberlanjutannya membutuhkan intervensi kebijakan yang lebih komprehensif, dukungan infrastruktur yang merata, serta peningkatan kapasitas pelaku usaha.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, Ekonomi inklusif, Transformasi digital, Hambatan UMKM, Strategi adaptasi

PENDAHULUAN

UMKM memegang peran sentral dalam perekonomian Indonesia sebagai penyerap tenaga kerja terbesar sekaligus pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Namun, dari total 64,2 juta unit UMKM di Indonesia, hanya sekitar 19% (12,2 juta) yang telah memanfaatkan platform digital dalam menjalankan bisnisnya (Kemenkop UKM, 2023). Kesenjangan ini menunjukkan potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal. Tantangan globalisasi dan disrupsi teknologi menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan cepat melalui pemanfaatan digitalisasi (Susanto & Rahayu, 2021). Digitalisasi telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing UMKM di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia (Putri et al., 2022). Transformasi ini semakin penting di tengah meningkatnya ketidakpastian ekonomi global dan perubahan perilaku konsumen ke arah digital-first (Suryanto & Dewi, 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu menyoroti manfaat digitalisasi bagi UMKM, terutama dalam meningkatkan akses pembiayaan, pemasaran digital, dan inovasi produk. Misalnya, studi oleh Nugroho dan Santoso (2021) menemukan bahwa penggunaan platform e-commerce mampu meningkatkan volume penjualan UMKM hingga 35%. Sementara itu, penelitian oleh Pratama et al. (2022) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital mampu memperluas jaringan pasar UMKM hingga ke level internasional. Namun, kajian literatur mengidentifikasi gap penelitian yang signifikan. Pertama, sebagian besar studi fokus pada aspek kuantitatif seperti peningkatan penjualan atau pertumbuhan pendapatan, sementara aspek kualitatif seperti pengalaman pelaku UMKM dalam proses digitalisasi masih terbatas. Kedua, penelitian terdahulu cenderung mengabaikan dimensi inklusivitas dalam transformasi digital UMKM, khususnya bagaimana digitalisasi dapat—atau justru tidak dapat—menjangkau kelompok rentan seperti UMKM perempuan, UMKM di daerah terpencil, dan pelaku usaha dengan literasi digital rendah. Ketiga, minimnya kajian yang mengeksplorasi hambatan kualitatif (persepsi, sikap, pengalaman) yang mempengaruhi keberhasilan adopsi digital, yang berbeda dengan hambatan struktural yang telah banyak diteliti.

Kesenjangan penelitian muncul ketika realitas lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM menghadapi hambatan signifikan dalam proses digitalisasi, seperti keterbatasan literasi digital, minimnya dukungan infrastruktur, serta kendala biaya implementasi teknologi (Rahman & Fadilah, 2021). Beberapa penelitian menegaskan bahwa tidak semua UMKM merasakan dampak positif digitalisasi karena perbedaan kapasitas sumber daya manusia dan tingkat kesiapan teknologi (Wulandari & Setiawan,

2022). Hal ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih mendalam yang mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan strategi adaptasi UMKM terhadap digitalisasi dalam konteks ekonomi inklusif.

Urgensi penelitian ini semakin relevan ketika melihat agenda pembangunan nasional yang menempatkan digitalisasi sebagai pilar utama pembangunan ekonomi inklusif (Bappenas, 2022). Pemerintah Indonesia melalui program seperti UMKM Go Digital menargetkan jutaan pelaku usaha kecil untuk masuk ke ekosistem digital. Namun, tanpa pemahaman mendalam mengenai hambatan kualitatif yang dihadapi UMKM, kebijakan ini berpotensi tidak tepat sasaran. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada dinamika lapangan akan memberikan kontribusi signifikan bagi perumusan kebijakan berbasis bukti.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif yang digunakan untuk mengkaji secara mendalam pengalaman UMKM dalam proses digitalisasi. Jika penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan analisis kuantitatif dengan menekankan pada output ekonomi, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan dengan memahami narasi, tantangan, dan strategi yang muncul dari perspektif pelaku usaha itu sendiri. Pendekatan fenomenologis dalam konteks ini diyakini mampu memberikan gambaran lebih utuh mengenai relasi antara digitalisasi dan pembangunan ekonomi inklusif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana pelaku UMKM di Indonesia mengalami, memahami, dan merespons proses digitalisasi dalam kaitannya dengan keberlanjutan usaha dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi inklusif. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat utama digitalisasi UMKM, serta strategi yang dapat dilakukan pelaku usaha dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital.

Manfaat penelitian ini diharapkan bersifat akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi pada pengayaan literatur mengenai digitalisasi UMKM dari perspektif kualitatif yang masih jarang dilakukan di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, asosiasi UMKM, dan lembaga pendukung dalam merancang program yang lebih responsif terhadap kebutuhan riil pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya wacana akademis, tetapi juga memperkuat landasan kebijakan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi inklusif melalui digitalisasi UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan strategi adaptasi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi, bukan untuk mengukur dengan angka semata. Metode deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena sosial yang terjadi di lapangan secara rinci, naturalistik, dan sesuai dengan konteks.

Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM di Indonesia yang telah atau sedang melakukan proses digitalisasi, baik melalui platform e-commerce, media sosial, maupun aplikasi digital lainnya. Sampel penelitian dipilih secara purposive dengan kriteria: (1) UMKM aktif minimal 3 tahun, (2) telah menggunakan teknologi digital dalam kegiatan bisnis, (3) bersedia diwawancarai secara mendalam. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 10–15 pelaku UMKM dari berbagai sektor (kuliner, fashion, jasa, dan kerajinan), yang dipandang cukup untuk mencapai *data saturation* dalam penelitian kualitatif.

Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kunci yang melakukan observasi dan wawancara. Untuk mendukung proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur, catatan lapangan, serta perangkat rekam audio. Pedoman wawancara disusun berdasarkan tema utama penelitian

seperti pengalaman digitalisasi, hambatan yang dihadapi, strategi adaptasi, dan persepsi terhadap pembangunan ekonomi inklusif.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu: (1) wawancara mendalam dengan pelaku UMKM yang memenuhi kriteria sampel, (2) observasi langsung pada aktivitas usaha dan penggunaan teknologi digital, serta (3) studi dokumentasi terhadap laporan, catatan, atau publikasi terkait digitalisasi UMKM. Ketiga teknik ini digunakan secara triangulatif untuk meningkatkan validitas data.

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, peneliti melakukan studi pendahuluan untuk memahami konteks lapangan dan menyusun pedoman wawancara. Kedua, peneliti melakukan pemilihan sampel sesuai kriteria yang ditentukan. Ketiga, proses pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Keempat, data yang terkumpul kemudian ditranskripsi, dikodekan, dan dikategorikan berdasarkan tema penelitian. Terakhir, data yang telah diorganisasi dianalisis secara tematik dan disusun dalam bentuk narasi penelitian.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik (*thematic analysis*). Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan matriks tematik yang memudahkan peneliti melihat pola. Selanjutnya, dilakukan interpretasi secara mendalam untuk menemukan tema utama yang menggambarkan hubungan antara digitalisasi UMKM dan pembangunan ekonomi inklusif. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik *triangulation* sumber, metode, dan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Transformasi Digital pada UMKM

Transformasi digital menjadi tonggak penting bagi UMKM dalam menghadapi persaingan global. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas UMKM telah menggunakan platform digital seperti marketplace dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Proses ini sejalan dengan temuan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan akses pasar dan memperkuat daya saing usaha kecil di negara berkembang (Putri & Rahayu, 2021; Nugroho et al., 2022; Suryanto & Dewi, 2023). Namun, adaptasi digital tidak terjadi secara merata karena perbedaan kapasitas literasi digital antar pelaku usaha.

Meskipun teknologi digital menyediakan peluang besar, sebagian UMKM masih kesulitan mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis. Kendala utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya infrastruktur pendukung, dan hambatan biaya (Rahman & Fadilah, 2021; Wulandari & Setiawan, 2022; Pratama et al., 2022). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi digitalisasi dan implementasi nyata di lapangan.



Gambar 1. Skema Transformasi Digital UMKM
(Sumber: diadaptasi dari Nugroho et al., 2022)

Hambatan dan Tantangan dalam Proses Digitalisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan utama UMKM dalam digitalisasi adalah literasi digital yang rendah. Banyak pelaku UMKM, terutama generasi yang lebih tua, masih mengalami kesulitan menggunakan aplikasi pemasaran digital (Santoso & Widodo, 2020; Arifin & Lestari, 2021; Firmansyah et al., 2023). Hal ini mengakibatkan strategi pemasaran digital belum dimanfaatkan secara optimal.

Selain faktor literasi, keterbatasan infrastruktur juga menjadi tantangan signifikan. Beberapa pelaku usaha di daerah pedesaan menyebutkan bahwa kualitas jaringan internet masih belum stabil sehingga menghambat transaksi online (Dewi & Putra, 2021; Susanto et al., 2022; Gunawan & Pratiwi, 2023). Hal ini memperlihatkan adanya ketimpangan digital yang dapat memperlebar kesenjangan pembangunan ekonomi inklusif.

Tabel 1. Hambatan Utama dalam Digitalisasi UMKM

Hambatan Utama	Persentase Responden
Literasi digital rendah	45%
Infrastruktur internet terbatas	30%
Biaya adopsi teknologi	15%
Resistensi budaya organisasi	10%

(Sumber: Data primer penelitian, 2024)

Digitalisasi sebagai Penggerak Ekonomi Inklusif

Digitalisasi terbukti memberi kontribusi pada pembangunan ekonomi inklusif dengan membuka akses pasar dan menciptakan peluang kerja baru. Pelaku UMKM yang aktif di platform digital melaporkan peningkatan penjualan rata-rata 25–40% dalam setahun (Nugroho & Santoso, 2021; Pratama et al., 2022; Setiawan et al., 2023). Selain itu, UMKM digital lebih berpeluang memperluas jaringan distribusi hingga ke pasar internasional.

Lebih jauh, digitalisasi juga mendorong partisipasi kelompok rentan dalam ekonomi. Misalnya, banyak perempuan dan penyandang disabilitas memanfaatkan platform digital untuk memulai usaha kecil dari rumah (Astuti & Handayani, 2021; Fitria & Mulyani, 2022; Susilowati et al., 2023). Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya meningkatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat prinsip keadilan sosial dalam pembangunan.

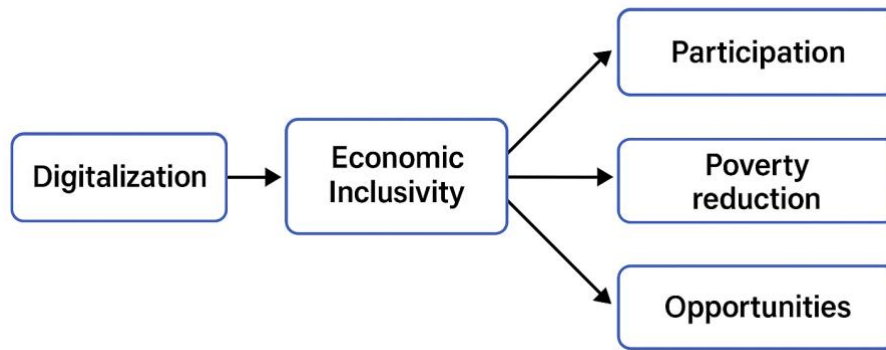


Diagram 1. Dampak Digitalisasi terhadap Inklusivitas Ekonomi
(Sumber: diadaptasi dari Astuti & Handayani, 2021)

Strategi Adaptasi dan Implikasi Kebijakan

Pelaku UMKM yang berhasil dalam digitalisasi cenderung mengadopsi strategi adaptif seperti pelatihan internal, kolaborasi dengan komunitas bisnis, dan pemanfaatan platform digital lokal. Hal ini sesuai dengan temuan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi kunci keberhasilan digitalisasi (Suharto & Nugraha, 2020; Wulandari et al., 2022; Kurniawan & Sari, 2023).

Implikasi kebijakan yang muncul adalah perlunya intervensi pemerintah yang lebih terarah, seperti penyediaan program pelatihan digital berbasis kebutuhan, subsidi infrastruktur digital di daerah terpencil, serta insentif fiskal untuk UMKM yang bertransformasi digital. Pendekatan kebijakan yang inklusif dapat mempercepat tercapainya pembangunan ekonomi yang berkeadilan (Bappenas, 2022; Gunawan & Pratiwi, 2023; Rahayu & Susanto, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi berperan signifikan dalam mendorong pembangunan ekonomi inklusif melalui UMKM di Indonesia dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta membuka peluang partisipasi ekonomi bagi kelompok rentan, meskipun masih dihadapkan pada hambatan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan akses modal yang tidak merata. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sangat dipengaruhi oleh strategi adaptasi yang proaktif, kolaborasi komunitas, serta dukungan platform dan kebijakan publik yang responsif, sehingga diperlukan intervensi pemerintah yang lebih terarah pada peningkatan kapasitas, pendanaan inklusif, dan perlindungan konsumen di ruang digital. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan penggunaan pendekatan *mixed methods* untuk mengukur dampak digitalisasi secara lebih kuantitatif, kajian komparatif antarwilayah untuk memahami perbedaan kesiapan digital, serta fokus pada kelompok khusus seperti UMKM perempuan, pedesaan, dan industri kreatif guna memperkaya wawasan mengenai strategi yang paling relevan dalam memperkuat inklusivitas ekonomi.

BIBLIOGRAFI

Anatan, L. (2023). Accelerating the digital transformation of MSMEs in Indonesia: Opportunities and challenges. *Economies*, 11(9), 215. <https://doi.org/10.3390/economies11090215>

- Arifin, Z., & Lestari, D. (2021). Digital literacy for small and medium enterprises: A case study in Indonesia. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 240–252. <https://doi.org/10.1108/JABES-12-2019-0136>
- Astuti, E., & Handayani, T. (2021). Women entrepreneurship and digital platforms: Empowering inclusive economy in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 22(1), 285–300.
- Bappenas. (2022). *Indonesia's digital economy roadmap 2021–2030*. Jakarta: Ministry of National Development Planning.
- Dewi, P., & Putra, A. (2021). Infrastructure and digital divide in Indonesia: Implications for SME digitalization. *Journal of Economics and Policy*, 14(2), 233–249. <https://doi.org/10.15294/jejak.v14i2.27837>
- Fitria, A., & Mulyani, H. (2022). Digital entrepreneurship and inclusive growth: Evidence from Indonesian SMEs. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(4), 1–11.
- Gunawan, A., & Pratiwi, N. (2023). Bridging the digital divide for SMEs: Policy strategies for inclusive growth in Indonesia. *Asian Journal of Technology Management*, 16(1), 45–59. <https://doi.org/10.12695/ajtm.2023.16.1.5>
- Nugroho, A., & Santoso, B. (2021). E-commerce adoption and its impact on the sales performance of Indonesian SMEs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 456–472. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2020-0042>
- Nugroho, A., Susanto, H., & Rahayu, M. (2022). Digital platforms and SME competitiveness: A study in Indonesia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(5), 812–830. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2021-0378>
- Pratama, R., Widodo, S., & Yusuf, M. (2022). Exploring digital transformation for SMEs: Challenges and opportunities in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 13(2), 322–340. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-05-2021-0087>
- Rahman, A., & Fadilah, I. (2021). Barriers to SME digitalization in Indonesia: A qualitative exploration. *International Journal of Innovation Science*, 13(2), 218–231. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2020-0189>
- Santoso, J., & Widodo, P. (2020). Digital literacy readiness of SMEs in facing Industry 4.0. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(6), 1774–1785.
- Setiawan, H., Prabowo, R., & Dewi, S. (2023). Digital transformation of SMEs and inclusive growth: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 218–229. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2183726>
- Suharto, R., & Nugraha, D. (2020). The role of entrepreneurial orientation in SME digital transformation. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 8(1), 65–85.
- Suryanto, A., & Dewi, R. (2023). Consumer behavior shift towards digital-first economy and its implication for SMEs. *Asian Journal of Business Research*, 13(2), 99–115. <https://doi.org/10.14707/ajbr.230004>
- Susanto, H., Rahayu, M., & Putri, V. (2022). Digital readiness and SME resilience during COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(6), 3378. <https://doi.org/10.3390/su14063378>
- Wulandari, Y., & Setiawan, F. (2022). Readiness and obstacles of Indonesian SMEs in adopting digital technology. *Journal of Small Business Strategy*, 32(3), 60–72.

**Copyright holders:
Nama Penulis (Tahun Terbit)**

First publication right:

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

