JURNAL POTENSIAL

http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial

Adaptasi Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Bertahan di Tengah Krisis Ekonomi

Ugi Tri Setiyani[1], Dzakiyah Hasna Adiba[2], Aulia Adibatunnisa[3], Chairiza Zahra Romadhoni[4], Herlina Bagariang[5], Fauzi Amirudin Rafi[6], Fitria Artika Sari[7].

[1-7]Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

Email: [1]auilanurnisaa@students.unnes.ac.id, [2]sarifitriaartika@students.unnes.ac.id, [3]ugitrisetiyani@students.unnes.ac.id , [4]chairizahra08@students.unnes.ac.id, [5]herlinabagariang49@students.unnes.ac.id , [6]dzakiyahhasnaadibah@students.unnes.ac.id, [7]fauziamirudin605@students.unnes.ac.id

Sitasi:
Setiyani, U. T., dkk. (2026). Adaptasi Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Bertahan di Tengah Krisis Ekonomi. *Jurnal Potensial, 5(2), 236-244*

Abstract

The development of digital technology has brought significant changes to various aspects of life, including the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. Amid unstable economic conditions and increasingly intense business competition, MSME actors are required to adapt in order to survive. This study aims to examine the role of digital adaptation as a strategy to sustain MSME business continuity. The method used is a qualitative approach with a literature study technique from various relevant sources. The results of the study indicate that the utilization of digital technology, such as social media, e-commerce platforms, and digital-based business management systems, can help improve operational efficiency and expand market reach. However, there are still challenges such as limited digital skills and unequal access to technology. Therefore, support from various stakeholders is needed so that MSMEs can optimize the use of digital technology in a sustainable manner.

***Keywords**: MSMEs, digital adaptation, digital transformation, survival strategy*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil dan persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran adaptasi digital sebagai strategi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi literatur dari berbagai sumber yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, platform e-commerce, dan sistem pengelolaan usaha berbasis digital, dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan kemampuan digital dan akses teknologi yang belum merata. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak agar UMKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, adaptasi digital, transformasi digital, strategi bertahan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menjaga stabilitas ekonomi nasional. Dalam berbagai kondisi krisis, UMKM sering kali menjadi sektor yang mampu bertahan dibandingkan sektor usaha besar karena memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan ekonomi. Qolby (2025) menyatakan bahwa UMKM merupakan sektor yang memiliki daya tahan cukup kuat dalam menghadapi guncangan ekonomi karena mampu menyesuaikan pola usaha sesuai kebutuhan pasar. Sejalan dengan itu, Suarnak et al. (2025) menjelaskan bahwa keberlangsungan UMKM di tengah krisis ekonomi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan strategi adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Diterima 1 Juni 2026; Direvisi 20 Agustus 2026, Dipublikasi 5 November 2026

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat dan sistem perdagangan. Perubahan tersebut ditandai dengan meningkatnya penggunaan transaksi daring, media sosial, serta platform digital dalam aktivitas ekonomi. Kondisi ini mendorong pelaku UMKM untuk melakukan transformasi digital agar mampu mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Siregar et al. (2026) menjelaskan transformasi digital menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital karena teknologi mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar. Mega (2025) menyebutkan bahwa digitalisasi kebijakan ekonomi turut mendorong pelaku UMKM untuk mengembangkan model bisnis berbasis teknologi agar lebih kompetitif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Transformasi digital tidak hanya mengubah sistem pemasaran, tetapi juga mengubah perilaku konsumen dalam melakukan transaksi. Konsumen saat ini cenderung memilih layanan yang cepat, praktis, dan mudah diakses melalui platform digital. Harahap et al. (2026) menyatakan bahwa perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu menyesuaikan strategi bisnisnya melalui pemanfaatan teknologi digital. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital menjadi bentuk adaptasi yang banyak dilakukan UMKM untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen sekaligus meningkatkan penjualan. Dengan demikian, digitalisasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital juga menghadirkan tantangan baru bagi pelaku UMKM. Persaingan bisnis yang semakin terbuka menyebabkan UMKM dituntut untuk lebih inovatif dan responsif terhadap perubahan pasar. Sanda et al. (2025) menjelaskan tren ekonomi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang, tetapi juga menimbulkan tantangan berupa tingginya persaingan usaha dan perubahan preferensi konsumen yang berlangsung cepat. Berasa et al. (2026) turut menyatakan UMKM yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi digital cenderung mengalami kesulitan dalam mempertahankan daya saing usaha. Oleh karena itu, adaptasi digital menjadi strategi penting agar UMKM dapat bertahan sekaligus berkembang di tengah dinamika ekonomi digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Santoso dan Mujayana (2022) menjelaskan bahwa digital marketing melalui media online dapat

meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran dan membantu pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Sejalan dengan hal tersebut, Veranita et al. (2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital mampu meningkatkan visibilitas produk serta memperkuat interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, Angeline et al. (2022) menegaskan bahwa pengembangan UMKM digital menjadi salah satu upaya penting dalam menjaga ketahanan bisnis pascapandemi Covid-19. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki peran strategis dalam mendukung keberlangsungan UMKM di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Meskipun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital secara optimal. Beberapa kendala yang sering dihadapi meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, minimnya akses teknologi, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital. Siregar et al. (2025) menyebutkan bahwa proses adaptasi dan inovasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai hambatan, terutama terkait keterampilan digital dan kesiapan infrastruktur teknologi. Mujanah et al. (2025) juga menjelaskan bahwa sebagian pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas usaha karena keterbatasan pengalaman dan modal usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses transformasi digital pada UMKM masih memerlukan dukungan dari berbagai pihak agar dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa digitalisasi menjadi strategi penting bagi UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi dan persaingan bisnis di era digital. Namun, penelitian mengenai adaptasi digital UMKM masih banyak berfokus pada aspek pemasaran digital, sedangkan kajian yang membahas adaptasi digital sebagai strategi bertahan UMKM secara

menyeluruh masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran adaptasi digital sebagai strategi bertahan UMKM di tengah krisis ekonomi serta mengidentifikasi berbagai hambatan yang dihadapi dalam proses implementasinya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sebagai tambahan referensi mengenai transformasi digital UMKM serta manfaat praktis bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi adaptasi digital yang tepat dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai adaptasi digital UMKM sebagai strategi bertahan di tengah krisis ekonomi. Menurut Sugiyono (2020), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara sistematis berdasarkan data dan fakta yang ditemukan di lapangan maupun dari berbagai sumber literatur. Hall dan Liebenberg (2024) menjelaskan bahwa pendekatan qualitative descriptive digunakan untuk memberikan penjelasan yang rinci dan faktual terhadap suatu fenomena sosial sehingga cocok digunakan dalam penelitian yang berfokus pada pemahaman konteks dan pengalaman.

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi literatur (library research) dengan memanfaatkan data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, artikel penelitian, buku, serta berbagai dokumen pendukung yang relevan dengan topik transformasi digital dan strategi

adaptasi UMKM. Furidha (n.d.) menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif melalui studi literatur bertujuan untuk mengidentifikasi, memahami, dan menginterpretasikan berbagai temuan penelitian yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai referensi ilmiah melalui sumber terpercaya, kemudian memilih literatur yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu adaptasi digital UMKM dalam menghadapi perubahan ekonomi dan perkembangan teknologi digital.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan cara mengelompokkan informasi ke dalam beberapa tema utama, seperti strategi digitalisasi UMKM, pemanfaatan media digital, hambatan transformasi digital, serta dampak digitalisasi terhadap keberlangsungan usaha. Inayat dan Younas (2025) menjelaskan bahwa analisis dalam penelitian deskriptif kualitatif dilakukan dengan mengorganisasi data ke dalam kategori atau tema tertentu agar peneliti memahami pola-pola yang muncul dari data yang dikumpulkan. Dengan teknik tersebut, penelitian ini berupaya menyajikan gambaran secara sistematis mengenai bentuk adaptasi digital yang dilakukan oleh UMKM di era ekonomi digital.

Selanjutnya, proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sugiyono (2020) menyebutkan bahwa reduksi data dilakukan untuk menyederhanakan dan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian sehingga data yang diperoleh menjadi lebih terarah. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif berdasarkan tema-tema tertentu, seperti strategi bertahan UMKM, inovasi digital dalam pemasaran, serta pemanfaatan teknologi dalam pelayanan pelanggan. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan secara induktif berdasarkan pola-pola yang ditemukan dari hasil analisis berbagai sumber literatur.

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai referensi ilmiah yang berbeda. Villamin et al. (2025) menjelaskan bahwa triangulasi sumber penting dilakukan dalam

penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian dan meminimalkan bias dalam interpretasi data. Selain itu, peneliti juga melakukan telaah terhadap penelitian- penelitian sebelumnya agar hasil analisis memiliki dasar teoritis yang kuat dan sesuai dengan perkembangan kajian mengenai digitalisasi UMKM. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai adaptasi digital UMKM sebagai strategi bertahan di tengah krisis ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah literatur dari berbagai jurnal dan penelitian terdahulu, ditemukan bahwa adaptasi digital menjadi salah satu strategi utama yang dilakukan UMKM untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah krisis ekonomi dan persaingan bisnis di era digital. Bentuk adaptasi digital yang paling banyak diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penggunaan marketplace dan e-commerce untuk memperluas pasar, penerapan sistem pembayaran digital, inovasi produk berbasis kebutuhan konsumen, serta peningkatan kualitas pelayanan melalui teknologi digital. Selain memberikan peluang peningkatan penjualan dan efisiensi operasional, digitalisasi juga membantu UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas. Namun, implementasi transformasi digital masih menghadapi berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal usaha,

kurangnya infrastruktur teknologi, dan minimnya kemampuan sumber daya manusia dalam mengoperasikan teknologi digital. Hasil kajian literatur tersebut dirangkum pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu Terkait Strategi Adaptasi Digital pada UMKM

No	Peneliti	Strategi Adaptasi Digital UMKM	Hasil/Temuan Penelitian
1	Angeline et al. (2022)	Pemanfaatan media sosial dan marketplace dalam pemasaran digital	Digitalisasi UMKM mampu meningkatkan ketahanan bisnis pascapandemi serta memperluas jangkauan pasar.
2	Qolby (2025)	Efisiensi operasional usaha dan inovasi model bisnis berbasis digital	UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi lebih mampu bertahan menghadapi guncangan ekonomi.
3	Siregar et al. (2026)	Transformasi digital melalui penggunaan teknologi dalam operasional dan pemasaran	Digitalisasi meningkatkan daya saing, efektivitas usaha, dan akses pasar UMKM.
4	Harahap et al. (2026)	Penyesuaian strategi usaha terhadap perubahan perilaku konsumen digital	UMKM perlu memanfaatkan platform digital agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen modern.
5	Mujanah et al. (2025)	Adaptasi pemasaran digital dan pengembangan inovasi usaha	Transformasi digital membantu UMKM mempertahankan keberlangsungan usaha pascapandemi.
6	Siregar et al. (2025)	Inovasi digital melalui media sosial, e-commerce, dan pembayaran digital	Pemanfaatan teknologi digital meningkatkan efektivitas pemasaran dan efisiensi transaksi usaha.
7	Suarnak et al. (2025)	Strategi bertahan melalui adaptasi usaha berbasis teknologi	Kemampuan adaptasi digital menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas usaha saat krisis ekonomi.
8	Sanda et al. (2025)	Pengembangan usaha berbasis ekonomi digital dan inovasi pemasaran	Ekonomi digital memberikan peluang besar bagi UMKM, tetapi menuntut inovasi yang berkelanjutan.

9	Mega (2025)	Pengembangan model bisnis digital dan pemanfaatan ekosistem teknologi	Digitalisasi membantu UMKM menjadi lebih adaptif dan kompetitif dalam persaingan usaha.
10	Estuti et al. (2025)	Penerapan digitalpreneurship dalam pengembangan usaha	Digitalpreneurship meningkatkan kreativitas, inovasi, dan peluang pertumbuhan usaha UMKM.
11	Wijanarko dan Susila (2016)	Penguatan strategi pemasaran dan orientasi pasar berbasis teknologi	Keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh kemampuan memahami pasar dan memanfaatkan teknologi pemasaran.
12	Hasan (2018)	Pengembangan ekonomi kreatif berbasis inovasi digital	Kreativitas dan inovasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.
13	Nursalina (2018)	Peningkatan kualitas produk dan adaptasi usaha kreatif	UMKM kreatif mampu mempertahankan usaha melalui inovasi dan penyesuaian pasar.
14	Khairul Muna et al. (2021)	Penguatan strategi usaha dan pemanfaatan peluang digital	Faktor keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi.
15	Pramayoga (2019)	Pengembangan usaha kreatif dan strategi inovasi bisnis	Inovasi dan kemampuan membaca peluang pasar membantu UMKM mempertahankan keberlangsungan usaha.

Berdasarkan hasil kajian pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa strategi adaptasi digital yang paling banyak diterapkan oleh UMKM meliputi pemanfaatan media sosial dan marketplace, inovasi produk dan pemasaran, penggunaan sistem pembayaran digital, penguatan orientasi pasar, serta pengembangan model bisnis berbasis teknologi. Strategi tersebut terbukti mampu membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, mempertahankan hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan daya saing usaha di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil. Namun, keberhasilan transformasi digital tetap dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, literasi digital, modal usaha, dan dukungan infrastruktur teknologi yang memadai.

1. Digitalisasi sebagai Strategi Bertahan UMKM

Digitalisasi menjadi salah satu strategi utama yang dilakukan UMKM untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah krisis ekonomi dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang beralih ke transaksi digital mendorong pelaku UMKM untuk menyesuaikan sistem usaha agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Siregar et al. (2026) menjelaskan bahwa transformasi digital mampu membantu UMKM meningkatkan efektivitas operasional dan memperluas akses pasar sehingga usaha dapat bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil. Selain itu, Qolby (2025) menyebutkan bahwa kemampuan UMKM dalam beradaptasi menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah guncangan ekonomi.

Pemanfaatan teknologi digital memberikan berbagai keuntungan bagi UMKM, terutama dalam aspek pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Penggunaan media sosial, marketplace, dan aplikasi digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Angeline et al. (2022) menjelaskan bahwa pengembangan UMKM digital mampu meningkatkan ketahanan bisnis karena pelaku usaha dapat melakukan pemasaran secara lebih fleksibel dan efisien. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya menjadi pilihan, melainkan kebutuhan penting dalam mempertahankan daya saing usaha.

Selain memperluas pasar, digitalisasi juga membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional usaha. Penggunaan teknologi digital dalam pencatatan keuangan, pengelolaan inventaris, hingga sistem pembayaran digital mampu membantu pelaku usaha mengurangi biaya

operasional dan mempercepat proses transaksi. Mega (2025) menyatakan digitalisasi kebijakan ekonomi mendorong UMKM untuk mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif dan berbasis teknologi. Dengan demikian, transformasi digital membantu UMKM meningkatkan produktivitas sekaligus memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar.

Meskipun demikian, proses digitalisasi UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan dan kesiapan yang sama dalam mengadopsi teknologi digital. Suarnak et al. (2025) menjelaskan bahwa sebagian pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital akibat keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penyediaan akses teknologi agar proses transformasi digital dapat berjalan lebih optimal.

2. Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace dalam Pengembangan UMKM

Media sosial dan marketplace menjadi sarana digital yang paling banyak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha. Kehadiran platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, dan Tokopedia mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk kepada konsumen secara lebih luas dan cepat. Harahap et al. (2026) menyatakan bahwa perubahan perilaku konsumen yang cenderung memilih layanan berbasis digital menyebabkan UMKM perlu memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran yang efektif. Dengan adanya platform digital, proses promosi dapat dilakukan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional.

Pemanfaatan media sosial juga membantu UMKM membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, menerima masukan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Veranita et al. (2022) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial mampu meningkatkan visibilitas produk sekaligus memperkuat komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jaringan pasar.

Selain media sosial, marketplace juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan UMKM. Marketplace memungkinkan pelaku usaha menjual produk secara daring dengan sistem transaksi yang lebih mudah dan aman. Siregar et al. (2025) menyebutkan bahwa inovasi digital melalui marketplace mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan membantu UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas. Di samping itu, penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS dan dompet digital turut mendukung kemudahan transaksi dalam aktivitas bisnis UMKM.

Namun, pemanfaatan media sosial dan marketplace juga menimbulkan tantangan baru bagi pelaku usaha. Persaingan usaha yang semakin tinggi di platform digital menyebabkan UMKM harus mampu menciptakan inovasi produk dan strategi pemasaran yang menarik. Sanda et al. (2025) menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi digital menciptakan persaingan yang semakin kompetitif sehingga pelaku usaha dituntut lebih kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola konten digital dan memahami strategi pemasaran online menjadi faktor penting dalam keberhasilan UMKM di era digital.

3. Tantangan Adaptasi Digital pada UMKM

Meskipun digitalisasi memberikan banyak manfaat bagi keberlangsungan usaha, proses adaptasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi digital pelaku usaha. Banyak UMKM yang belum memiliki kemampuan memadai dalam mengoperasikan teknologi digital sehingga proses transformasi usaha berjalan lambat. Mujanah et al. (2025) menjelaskan bahwa keterbatasan pengalaman dan pengetahuan teknologi menjadi faktor penghambat dalam implementasi digitalisasi UMKM.

Selain keterbatasan kemampuan digital, kendala finansial juga menjadi tantangan dalam proses transformasi digital. Sebagian pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menyediakan modal untuk membeli perangkat teknologi, mengembangkan pemasaran digital, maupun meningkatkan kualitas produksi usaha. Suarnak et al. (2025) menyebutkan bahwa keterbatasan sumber daya ekonomi menyebabkan sebagian UMKM belum mampu melakukan

transformasi digital secara optimal. Kondisi tersebut membuat kesenjangan digital antar pelaku usaha masih cukup tinggi.

Permasalahan infrastruktur teknologi juga menjadi hambatan dalam proses adaptasi digital UMKM, terutama di daerah pedesaan. Akses internet yang belum merata menyebabkan sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memanfaatkan platform digital secara maksimal. Siregar et al. (2025) menjelaskan bahwa kesiapan infrastruktur teknologi menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan digitalisasi UMKM. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, proses transformasi digital akan sulit berjalan secara efektif.

Di samping itu, sebagian pelaku UMKM masih menunjukkan resistensi terhadap perubahan karena terbiasa menggunakan sistem usaha konvensional. Perubahan menuju sistem digital dianggap rumit dan membutuhkan proses penyesuaian yang tidak mudah. Berasa et al. (2026) menjelaskan bahwa pelaku usaha yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi digital cenderung mengalami kesulitan dalam mempertahankan daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan dan edukasi secara berkelanjutan agar pelaku UMKM lebih siap menghadapi transformasi digital.

4. Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital

Peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi digital dapat dilakukan melalui pengembangan inovasi usaha yang berkelanjutan dan terstruktur. Pelaku UMKM perlu mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar agar tetap diminati oleh konsumen masa kini. Hasan (2018) dalam temuannya menjelaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif dapat meningkatkan kemampuan inovasi dan kreativitas pelaku usaha dalam menghadapi persaingan bisnis. Dengan inovasi yang berkelanjutan, UMKM dapat menciptakan nilai tambah yang membedakan produknya dari kompetitor.

Selain inovasi produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pelaku usaha perlu memiliki kemampuan digital, kreativitas, dan keterampilan manajerial agar mampu mengelola usaha secara lebih efektif. Estuti et al. (2025) menjelaskan bahwa digitalpreneurship mampu meningkatkan kemampuan inovasi dan pengembangan usaha berbasis teknologi. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan digital akan menjadi langkah penting untuk meningkatkan kesiapan UMKM dalam menghadapi perubahan ekonomi digital.

Strategi lain yang dapat dilakukan adalah memperkuat orientasi pasar dan kualitas pelayanan kepada konsumen. UMKM yang mampu memahami kebutuhan konsumen cenderung lebih mudah mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan usaha. Wijanarko dan Susila (2016) menjelaskan bahwa keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami pasar, mengembangkan strategi pemasaran, dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Dengan pelayanan yang baik dan responsif, UMKM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain dukungan internal dari pelaku usaha, peningkatan daya saing UMKM juga memerlukan dukungan eksternal dari pemerintah dan berbagai pihak terkait. Dukungan tersebut dapat berupa kebijakan ekonomi digital, bantuan permodalan, pelatihan keterampilan digital, serta penguatan infrastruktur teknologi. Siregar et al. (2026) menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM sangat dipengaruhi oleh kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Dengan adanya dukungan yang berkelanjutan, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan ekonomi digital.

PENUTUP

UMKM, sebagai pilar utama ekonomi Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan 97% penyerapan tenaga kerja, harus secara proaktif mengadopsi digitalisasi untuk menghadapi persaingan ketat di era teknologi. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif berbasis library research, strategi utama mencakup otomatisasi operasional, pemanfaatan e-commerce dan pemasaran daring, analitik data untuk pengambilan keputusan, serta inovasi produk dan layanan yang berorientasi pada kebutuhan konsumen. Meskipun menghadapi hambatan seperti keterbatasan finansial, SDM, infrastruktur, dan literasi digital, UMKM dapat mengatasinya dengan dukungan kebijakan pemerintah, kolaborasi swasta, serta komitmen

internal untuk manajemen inovasi dan adaptasi berkelanjutan. Pada akhirnya, transformasi digital bukan hanya tren, melainkan keharusan strategis agar UMKM tetap kompetitif, ekspansif ke pasar global, dan berkontribusi optimal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Angeline, A., Allister, D., & Gunawan, L. L. (2022). Pengembangan UMKM digital sebagai upaya ketahanan bisnis pasca pandemi COVID-19. *Prosiding Serina*, 2(1), 85–92. https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.18514

Berasa, R. E. M., Lubis, Z., Sifa, Z. A., Kholis, A. S., Ansor, M. A., Harahap, C. A., Simamora,
F. F., Siregar, F. F., Pratama, A. A., Sinaga, A. A., Tanjung, P. R., & Hsb, F. R. G. M. (2026). Strategi bertahan UMKM di tengah persaingan digital. *Journal of Golden Generation Economic*, 1(2), 45–51. https://doi.org/10.65244/jggeconomic.v2i1.314

Estuti, E. P., Sasono, E., Ernawati, F. Y., Heridiansyah, J., Sundari, P., Linanjung, Y. A., Hafizni, R., & Wahyudi. (2025). *Membangun ekonomi kreatif melalui digitalpreneur di Indonesia*. Jawa Tengah, Indonesia, 51156. ISBN: 978-623-115-914-4.

Furidha, B. W. (n.d.). *Comprehension of the descriptive qualitative research method: A critical assessment of the literature*. https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443

Hall, S., & Liebenberg, L. (2024). Qualitative description as an introductory method to qualitative research for master's-level students and research trainees. *International Journal of Qualitative Methods, 23*. https://doi.org/10.1177/16094069241242264

Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*, 4(4), 122–135. https://doi.org/10.61722/jiem.v4i4.9318

Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 1(1), 81. https://doi.org/10.26858/jekpend.vli1.5063.

Inayat, S., & Younas, A. (2025). Choosing an analytical approach in qualitative descriptive studies. *Creative Nursing*, 31(4), 438–439. https://doi.org/10.1177/10784535251390542

Khairul Muna, Khairatun Hisan, & Fahriansah. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Langsa

Mega, S. A. (2025). Digitalisasi kebijakan ekonomi: Strategi adaptif UMKM dalam ekosistem bisnis berbasis teknologi. *Journal Education and Government Wiyata*, 3(1), 1–7. https://doi.org/10.71128/e-gov.v3i1.201

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota malang (Studi kasus pada Industri Kreatif di Kota malang). *Jurnal Ilmiah*.

Mujanah, S., Sumiati, S., & Susanti, N. (2025). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi krisis pascapandemi: Studi kasus Kampung Pie di Kabupaten Sidoarjo. EKONOMIKA45: *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan, 13*(1), 993–1004. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i1.5582

Nursalina. (2018). Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689-1699.

Pramayoga, P. M. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota malang (Studi kasus pada Industri Kreatif di Kota malang). Jurnal Ilmiah

Pramayoga, P. M. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Qolby, S. S. (2025). Strategi UMKM bertahan di tengah guncangan krisis ekonomi. Musytari: *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 20(9), 41–50. https://doi.org/10.2324/d1r72419

Sanda, F. F., Dewi, R., & Fitriana, A. Q. Z. (2025). Tantangan dan peluang UMKM di tengah tren ekonomi digital. *Inflasi*, 2(2), 124–128. https://doi.org/10.66341/inflasi.v2i2.249

Siregar, F. A., Kristin, O. V., Lubis, N. B., Indah, A. N., Sembiring, O., & Harahap, L. M. (2026). Transformasi digital dan strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital di Indonesia. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 9*(2), 854–864. https://doi.org/10.37481/sjr.v9i2.1490

Siregar, T. M., Damanik, T., Damanik, N. G., Kembaren, S. N. B., & Hutagalung, C. F. (2025). Adaptasi dan inovasi digital UMKM di era-pascapandemi: Tinjauan literatur atas strategi, tantangan, dan peluang. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, 4*(5), 7201–7206. https://doi.org/10.56799/peshum.v4

Suarnak, S., Wargo, W., Suwarsono, R., & Munib, A. (2025). Strategi bertahan UMKM di tengah krisis ekonomi: Perspektif pelaku usaha mikro di perkotaan. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora, 11*(1), 82–90. https://ejurnal.iims.ac.id/index.php/JALHu/article/view/182

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Villamin, P., Lopez, V., Thapa, D. K., & Cleary, M. (2025). A worked example of qualitative descriptive design: A step-by-step guide for novice and early career researchers. *Journal of Advanced Nursing*, 81, 5181–5195. https://doi.org/10.1111/jan.16481

Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). *Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatifkey Success Factors of Small and Medium Entreprises*. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call for Paper FEB UMSIDA, 67-81.