POLICY BRIEF



Tim Penyusun:

1. Martunis. S.Sos
2. Mirza Saputra, SH, MH
3. Tyas Wahyu Fadhila, S.Sos. M.A.P
4. Desy Maritha, S.E., M.A, Ak
5. Imam Baihaqi Lukman, S.I.A

Policy Brief ditujukan:

1. Pemerintah Daerah
2. Universitas
3. Swasta
4. Lembaga Keuangan

Tantangan dan Strategi Digitalisasi Dalam Keberlanjutan Ekosistem UMKM di Indonesia

Ringkasan Eksekutif

Digitalisasi telah menjadi kunci strategis untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Mengingat UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja, transformasi digital merupakan keniscayaan dalam era ekonomi digital. Namun, implementasi digitalisasi UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan struktural, kultural, dan teknis.

Studi ini mengidentifikasi enam tantangan utama: kesenjangan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pembiayaan, fragmentasi kebijakan, ketimpangan dalam persaingan pasar digital, serta lemahnya perlindungan data. Data terbaru menunjukkan bahwa meski 72% UMKM telah menggunakan media sosial, adopsi teknologi seperti cloud services dan website masih rendah (<25%). Selain itu, 60% UMKM menganggap keterbatasan modal sebagai hambatan utama untuk digitalisasi, diikuti oleh rendahnya kompetensi SDM dan keterbatasan akses internet.

Adapun alternatif yang dapat dilakukan, antara lain: pembangunan digital hub di setiap kecamatan, kurikulum pelatihan berbasis mobile, harmonisasi kebijakan pembiayaan seperti revisi KUR, pemberian insentif pajak digital, dan penguatan ekosistem pendanaan berbasis kolaborasi lintas sektor. Pendekatan berbasis kemitraan antara pemerintah, sektor swasta, universitas, dan komunitas lokal diusulkan untuk mempercepat proses digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan sinergi multipihak dan penguatan regulasi berbasis data, digitalisasi UMKM diharapkan menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi nasional yang tangguh, adaptif, dan berkeadilan sosial



Latar Belakang

Penelitian oleh Muhardono et al. (2023) mengungkapkan bahwa penerapan digitalisasi melalui e-commerce dan portal informasi dapat menjadi strategi efektif dalam pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi ini menekankan pentingnya desain dan implementasi digitalisasi UMKM untuk membantu meningkatkan jangkauan pemasaran melalui platform digital. Selain itu, Samara dan Anggraeni (2025) menyoroti bahwa akses teknologi yang lebih baik secara signifikan meningkatkan literasi digital, efisiensi operasional, dan adaptasi teknologi di kalangan UMKM. Penelitian ini menekankan pentingnya kebijakan yang mendukung digitalisasi UMKM, termasuk penyediaan infrastruktur teknologi yang memadai dan program pelatihan untuk meningkatkan literasi digital.

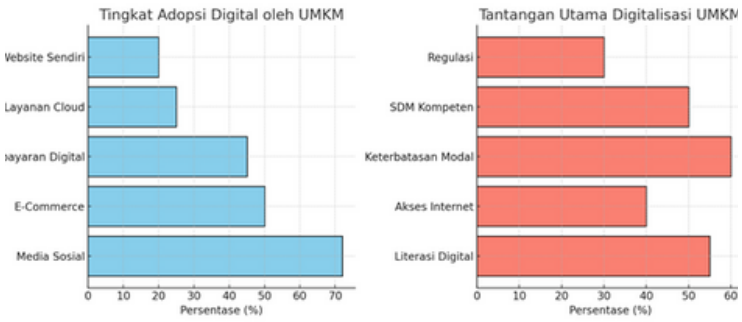
UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2023, terdapat 106.527 usaha mikro dan 3.999 usaha kecil di Provinsi Aceh saja, mencerminkan dominasi UMKM dalam struktur ekonomi nasional. Dalam menghadapi era digital, digitalisasi UMKM menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekosistem usaha. Namun, proses digitalisasi ini masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi agar UMKM dapat berkembang secara optimal.

Salah satu tantangan utama dalam digitalisasi UMKM adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha. Banyak UMKM yang masih terbatas dalam pemahaman dan penggunaan teknologi digital, termasuk e-commerce, pembayaran digital, serta pemasaran berbasis media sosial. Kurangnya akses terhadap infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil, juga menjadi hambatan serius dalam penerapan strategi digitalisasi.

Selain itu, keterbatasan modal dan dukungan finansial sering kali menjadi kendala bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi digital. Biaya investasi awal dalam teknologi, seperti perangkat keras, perangkat lunak, serta pelatihan sumber daya manusia, sering kali dianggap sebagai beban yang sulit dijangkau oleh pelaku UMKM.

Dari sisi regulasi, inkonsistensi kebijakan dan kurangnya koordinasi antara berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan platform digital, juga menjadi faktor yang memperlambat proses digitalisasi UMKM. Kebijakan yang belum sepenuhnya mendukung transformasi digital, seperti perizinan usaha berbasis digital dan perlindungan data, menjadi aspek yang perlu diperbaiki.

Di sisi lain, digitalisasi menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Penerapan teknologi digital dapat membantu UMKM dalam manajemen keuangan, pemasaran, dan operasional sehari-hari. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan pelaku UMKM sendiri dalam meningkatkan literasi digital, menyediakan infrastruktur yang memadai, dan menciptakan kebijakan yang mendukung transformasi digital



Sumber : Bank Indonesia dan Kementerian Kominfo 2023

Grafik pertama menunjukkan tingkat adopsi digital oleh UMKM di Indonesia berdasarkan beberapa kategori teknologi. Data ini mengungkapkan bahwa media sosial menjadi platform digital yang paling banyak digunakan oleh UMKM, dengan 72% pelaku usaha telah memanfaatkannya untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Selanjutnya, 50% UMKM telah menggunakan e-commerce, yang menunjukkan bahwa setengah dari pelaku usaha telah beradaptasi dengan platform perdagangan daring. Penggunaan pembayaran digital juga cukup signifikan, dengan 45% UMKM telah mengadopsinya, mengindikasikan perubahan perilaku dalam sistem transaksi keuangan. Namun, adopsi teknologi yang lebih kompleks seperti layanan cloud (25%) dan pembuatan website sendiri (20%) masih tergolong rendah, menunjukkan bahwa banyak UMKM masih bergantung pada platform pihak ketiga daripada membangun sistem digital mandiri.

Grafik kedua menampilkan tantangan utama dalam digitalisasi UMKM. Tantangan terbesar adalah keterbatasan modal, dengan 60% UMKM menganggap biaya adopsi teknologi digital sebagai hambatan utama. Kemudian, 55% UMKM menghadapi kendala literasi digital, yang mengindikasikan perlunya edukasi dan pelatihan yang lebih luas.

Selain itu, 50% pelaku UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja yang kompeten di bidang digitalisasi, yang dapat menghambat optimalisasi penggunaan teknologi. Faktor akses internet yang terbatas (40%) juga menjadi kendala, terutama di wilayah terpencil. Terakhir, 30% UMKM menghadapi tantangan regulasi yang belum sepenuhnya mendukung ekosistem digital, seperti kebijakan perlindungan data dan insentif bagi usaha kecil.

Diskripsi Masalah



Digitalisasi dalam ekosistem UMKM menghadapi berbagai isu kompleks yang memengaruhi keberlanjutannya. Berdasarkan analisis tantangan dan respons kebijakan terkini, berikut pemetaan masalah, rekomendasi strategis, dan pemangku kepentingan yang terlibat:

1. Kesenjangan Infrastruktur Digital

- Hanya 82,6% penetrasi internet nasional dengan kualitas jaringan tidak merata, terutama di luar Jawa. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2024 menunjukkan bahwa 82,6% penduduk di daerah tertinggal di Indonesia telah terhubung dengan internet. Namun, masih terdapat 17,4% masyarakat yang belum memiliki akses internet, terutama di wilayah di luar Pulau Jawa
- Kesenjangan infrastruktur digital ini menghadirkan tantangan signifikan bagi digitalisasi dan keberlanjutan ekosistem Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM yang berada di luar Jawa seringkali menghadapi keterbatasan akses internet berkualitas, yang menghambat kemampuan mereka untuk memanfaatkan platform digital dalam operasional dan pemasaran.
- 40% UMKM di pedesaan kesulitan mengakses platform digital akibat jaringan lambat dan perangkat terbatas

2. Literasi Digital yang Rendah

- 35% UMKM belum optimal memanfaatkan teknologi digital untuk operasional bisnis. dikutip dari CNBC News (2023) bahwa menurut senior peneliti INDEF, Aviliani, menyebutkan tingkat literasi digital di Indonesia hanya sebesar 62 %. Jumlah tersebut paling rendah jika dibandingkan negara di ASEAN lainnya yang rata-rata sudah mencapai 70%. Rendahnya literasi digital pelaku UMKM Indonesia meliputi kelemahan dalam penggunaan aplikasi bisnis, pemasaran digital, maupun pengelolaan keuangan digital (Meilariza et al., 2024). karena itu, perlu didorong percepatan untuk meningkatkan literasi digital di Indonesia secara luas, baik untuk usia sekolah, maupun usia dewasa. hal ini bertujuan pula untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terhindar dari segala jenis bentuk penipuan berbau teknologi dan lebih siap menghadapi tantangan di era digital.
- Pelaku usaha tradisional kesulitan mengadopsi sistem manajemen digital dan pemasaran online. keterbatasan pengetahuan dan keterbatasan modal juga kerap menghantui pelaku uMKM untuk menjalankan bisnis dan operasional sehari-hari. kurangnya pemahaman terkait dengan sistem pemasaran digital, juga masih menjadi tantangan bagi mereka dalam memanfaatkan platform digital yang tersedia

3. Ketimpangan Akses Pembiayaan

- Skema Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Bank Wakaf Mikro (BWM) belum menjangkau 30% UMKM di daerah tertinggal. Untuk skema KUR: Mayoritas disalurkan melalui bank-bank umum, yang cenderung berbasis di perkotaan atau daerah yang lebih berkembang. Di daerah tertinggal, jumlah kantor cabang bank sangat terbatas, sehingga akses terhadap KUR menjadi sulit. sedangkan skema BWM: Meski dirancang untuk pembiayaan ultra mikro di lingkungan pondok pesantren, skema ini belum berkembang secara merata di daerah tertinggal yang memiliki keterbatasan infrastruktur pesantren atau akses ke modal awal.
- Biaya implementasi teknologi (software, pelatihan, perangkat) menjadi hambatan utama bagi 58% UMKM mikro

4. Fragmentasi Kebijakan

- Program pemerintah seperti Gerakan Nasional 1.000 Startup Digital menunjukkan efektivitas berbeda antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Berdasarkan data pelaksanaan program, 98% startup tercipta hanya di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya. sementara pedesaan hanya menyumbang 2%. Ini merepresentasikan masih adanya ketimpangan ekosistem digital yang berdampak pada kemampuan UMKM dalam mengakses manfaat program.

5. Persaingan dengan Platform Digital Besar
- UMKM menghadapi tantangan bersaing dengan platform e-commerce besar yang memiliki dominasi pasar.
- Kesenjangan dalam pemanfaatan big data dan teknologi pemasaran digital.

6. Keamanan dan Perlindungan Data
- Rendahnya kesadaran akan keamanan siber dan perlindungan data konsumen.
- Risiko kebocoran data dan serangan siber terhadap UMKM yang belum memiliki sistem keamanan digital yang kuat

Tantangan Strategis
- Adaptasi Teknologi vs Budaya Bisnis Tradisional: 67% UMKM mengaku kesulitan mengubah pola kerja manual ke sistem digital.
- Kurangnya Komitmen terhadap Perubahan: Transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan perubahan mindset dan budaya kerja. Rendahnya commitment to change menjadi hambatan besar dalam digitalisasi UMKM (Wahyono, 2024).
- Persaingan Global: Masuknya produk impor melalui platform e-commerce mengurangi margin keuntungan UMKM lokal sebesar 15-20%.
- Keberlanjutan Program: Hanya 45% peserta pelatihan digital pemerintah yang mampu menerapkan pengetahuan secara berkelanjutan. (Desy)

Rekomendasi Kebijakan

1. Prioritas Infrastruktur
- Membangun digital hub di setiap kecamatan dengan fasilitas internet gratis dan perangkat pendukung.
- Meningkatkan kolaborasi dengan penyedia layanan internet untuk perluasan jaringan 4G/5G di 514 kabupaten tertinggal

2. Pendidikan dan Pelatihan
- Mengembangkan kurikulum pelatihan mobile-friendly berbasis video tutorial dan aplikasi simulasi bisnis.
- Membentuk tim pendamping teknis dari mahasiswa/masyarakat lokal untuk pendampingan berkelanjutan

3. Kebijakan Inklusif
- Merevisi skema KUR dengan persyaratan lebih fleksibel dan tenor pembayaran disesuaikan siklus usaha.
- Memberikan insentif pajak bagi UMKM yang mengadopsi sistem pembukuan digital dan e-commerce.

4. Penguatan Ekosistem
- Membangun platform terintegrasi antara OJK, e-commerce, dan perbankan untuk memudahkan akses pembiayaan.
- Mendorong kemitraan UMKM dengan perusahaan teknologi melalui program corporate social responsibility (CSR)

5. Regulasi dan Perlindungan Keamanan Siber
- Penguatan regulasi terkait keamanan data dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital.
- Penyediaan layanan konsultasi keamanan siber bagi UMKM agar mereka dapat menjalankan bisnis secara lebih aman

6. Strategi Kolaboratif
- Membentuk task force gabungan (kementerian, swasta, akademisi) untuk pemantauan real-time progres digitalisasi UMKM.
- Mengadopsi model public-private partnership dalam pembangunan pusat inkubasi digital di 100 kabupaten prioritas. Indeks literasi digital di Indonesia dipengaruhi oleh empat pilar utama digital, yaitu digital skill, digital safety, digital culture dan digital index. Dalam memerangi digital crime, diperlukan adanya keterlibatan semua pihak dalam meningkatkan digital safety. Karena di Indonesia sendiri, indikator digital safety adalah yang terendah

Strategi Digitalisasi Dalam Keberlanjutan Ekosistem UMKM di Indonesia



Peran Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah bertindak sebagai fasilitator dan regulator dalam pengembangan platform digital lokal.

Kontribusi Universitas

Universitas menyediakan pelatihan dan riset untuk mendukung inovasi digital lokal.

Dukungan Perusahaan Teknologi

Perusahaan teknologi menawarkan akses ke platform e-commerce dan penyimpanan cloud untuk UMKM.

Inisiatif Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan mengembangkan produk pembiayaan mikro untuk mendukung bisnis digital.

Keterlibatan Komunitas

Komunitas lokal memfasilitasi adaptasi

Referensi

1. https://theconversation.com/digitalisasi-jadi-kunci-keberlanjutan-umkm-agrifood-238213
2. https://www.kompasiana.com/rifkyaryo3883/66dda373c925c45a834adf73/kurangnya-pengetahuan-digital-pada-umkm-menjadi-tantangan-dalam-era-digital
3. https://puskarsa.uma.ac.id/2025/01/17/digitalisasi-umkm-tantangan-dan-peluang-di-era-revolusi-industri-4-0/
4. https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/data-publikasi/berita-terbaru/3712-analisis-efektivitas-paket-kebijakan-ekonomi-terhadap-transformasi-digital-umkm.html [PDF] Optimalisasi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi Oleh …
5. https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Tantangan-Digitalisasi-UMKM-Berbasis-Budaya.aspx
6. https://berijalan.co.id/article-detail/transformasi-digital-umkm-peluang-tantangan-dan-solusi
7. https://it-sourcing.id/strategi-pemerintah-mendukung-transformasi-digital-umkm-di-indonesia/
8. https://www.bcg.com/publications/2022/menciptakan-pertumbuhan-inklusif-melalui-digitalisasi-umkm-di-indonesia
9. Meilariza, R., Mirah Delima, Z., & . Z. (2024). Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. KnE Social Sciences. https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16334
10. Raaken Danendra A W, Silvana Purbawanti, & Zella Fathona Aska. (2025). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Peluang bagi UMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan, 2(1), 103–109. https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.794
11. Wahyono, T. (2024). Digital Transformation in MSMEs in Indonesia: The Importance of Commitment to Change. International Journal of Social Service and Research, 4(01),378–384. https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i01.703