

**Inovasi Kewirausahaan Digital: Strategi Adaptasi UMKM di Era Ekonomi Kreatif**

**Novariani Indri Utami<sup>1</sup>, Feri SW<sup>2</sup>**

Universitas Sebelas Maret<sup>12</sup>

novau171@gmail.com<sup>12</sup>

**ABSTRACT**

*The rapid development of digital technology has driven significant transformation in the business landscape, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). In the era of the creative economy, digital entrepreneurship innovation has become a key strategy to enhance competitiveness and sustainability. This study aims to analyze the forms of digital innovation adopted by MSME actors and to identify effective adaptation strategies in facing the challenges and opportunities of digitalization. This research employs a qualitative descriptive method through in-depth interviews and observations of MSME players in the creative industry sector. The findings reveal that the utilization of digital platforms such as social media, online marketplaces, and digital payment systems significantly improves market reach, operational efficiency, and customer engagement. Furthermore, successful adaptation strategies include increasing digital literacy, collaborating with digital communities, and developing market-driven product innovations. These findings emphasize that digital entrepreneurship innovation is a critical foundation for the resilience and growth of MSMEs within an ever-evolving creative economy ecosystem.*

**Keywords:** *Digital Innovation, Entrepreneurship, MSMEs, Creative Economy, Strategic Adaptation*

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong transformasi signifikan dalam dunia usaha, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era ekonomi kreatif, inovasi kewirausahaan digital menjadi strategi kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk inovasi digital yang diadopsi oleh pelaku UMKM serta mengidentifikasi strategi adaptasi yang efektif dalam menghadapi tantangan dan peluang digitalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UMKM di sektor industri kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital seperti media sosial, *marketplace*, dan sistem pembayaran digital secara signifikan meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan interaksi pelanggan. Selain itu, strategi adaptasi yang berhasil mencakup peningkatan literasi digital, kolaborasi dengan komunitas digital, dan inovasi produk berbasis tren pasar. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi kewirausahaan digital merupakan fondasi penting bagi ketahanan dan pertumbuhan UMKM dalam ekosistem ekonomi kreatif yang terus berkembang.

**Kata Kunci:** Inovasi Digital, Kewirausahaan, UMKM, Ekonomi Kreatif, Adaptasi Strategis

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dalam dua dekade terakhir telah mendorong terjadinya transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Salah satu implikasi dari perkembangan tersebut adalah munculnya era ekonomi kreatif, yaitu suatu tatanan ekonomi baru yang menekankan pada kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi sebagai sumber daya utama dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan bersaing. Dalam konteks ini, kewirausahaan digital menjadi salah satu elemen kunci yang mendorong dinamika dan pertumbuhan ekonomi modern, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 60% dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan struktural, antara lain keterbatasan akses terhadap modal, pasar, dan teknologi, rendahnya literasi digital, serta daya saing yang belum optimal dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi keharusan bagi UMKM agar mampu bertahan dan berkembang dalam ekosistem ekonomi kreatif yang semakin kompleks dan dinamis.

Kewirausahaan digital mengacu pada pemanfaatan teknologi digital, seperti internet, media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi digital lainnya, dalam kegiatan usaha untuk menciptakan produk, jasa, atau model bisnis baru yang inovatif. Inovasi dalam kewirausahaan digital tidak hanya berkaitan dengan penciptaan teknologi baru, tetapi juga mencakup penggunaan teknologi yang ada secara kreatif untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen. Dalam hal ini, UMKM perlu melakukan inovasi tidak hanya pada produk atau layanan, tetapi juga pada cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, menjalankan proses bisnis, dan membangun jaringan kemitraan.

Era ekonomi kreatif membuka peluang luas bagi UMKM untuk mengembangkan potensi lokal menjadi kekuatan ekonomi yang bernilai tinggi. Sektor-sektor seperti kuliner, fesyen, kriya, musik, animasi, dan aplikasi digital menjadi lahan subur bagi pelaku UMKM untuk berekspresi sekaligus berinovasi. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang ini secara optimal, UMKM harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren, preferensi konsumen, serta perkembangan teknologi yang terus berubah. Adaptasi ini memerlukan strategi inovasi yang tepat, berbasis pada pemahaman pasar, kreativitas, dan kolaborasi lintas sektor.

Transformasi digital UMKM juga didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam berbelanja, mencari informasi, dan berinteraksi sosial. Pandemi Covid-19 menjadi katalisator percepatan digitalisasi, di mana banyak pelaku usaha dipaksa untuk melakukan penyesuaian secara cepat guna mempertahankan eksistensinya. Peluang-peluang baru pun bermunculan, seperti maraknya platform *marketplace*, aplikasi pengiriman, pembayaran digital, serta media sosial sebagai

sarana promosi dan komunikasi bisnis. Namun, tidak semua UMKM mampu beradaptasi secara optimal. Masih banyak UMKM yang gagap teknologi, tidak memiliki strategi digital yang jelas, atau bahkan belum menyadari pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha.

Dalam kerangka inilah, inovasi kewirausahaan digital menjadi strategi kunci yang perlu dirancang dan diimplementasikan oleh UMKM. Inovasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari digitalisasi proses produksi, penggunaan data untuk pengambilan keputusan, optimalisasi kanal distribusi digital, hingga pemanfaatan media sosial sebagai alat *branding* dan *engagement* dengan konsumen. Inovasi kewirausahaan digital tidak dapat dilakukan secara sporadis, melainkan membutuhkan perencanaan yang matang, penguatan kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan akademisi.

Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan dan program, seperti Gerakan Nasional Literasi Digital, Program UMKM Go Digital, dan pelatihan berbasis teknologi, telah menunjukkan komitmen dalam mendorong digitalisasi UMKM. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan antara kebijakan di tingkat pusat dan implementasi di lapangan. Banyak UMKM yang belum tersentuh program pembinaan, atau merasa belum mendapatkan manfaat yang signifikan dari intervensi yang dilakukan. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi yang lebih kuat antara *stakeholder* untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Inovasi kewirausahaan digital tidak hanya menjadi jawaban terhadap tantangan adaptasi UMKM di era ekonomi kreatif, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang lebih merata dan berkeadilan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM di daerah terpencil sekalipun dapat mengakses pasar global, memperluas jaringan usaha, dan meningkatkan nilai tambah produk lokal. Dalam konteks pembangunan nasional, transformasi digital UMKM juga sejalan dengan visi Indonesia Emas 2045 yang menempatkan inovasi, kreativitas, dan kewirausahaan sebagai pilar utama kemajuan bangsa.

Namun demikian, transformasi digital UMKM juga menghadirkan tantangan baru, seperti risiko keamanan siber, ketimpangan akses digital, dan perubahan lanskap persaingan yang sangat cepat. Oleh karena itu, strategi adaptasi yang dijalankan harus bersifat komprehensif dan antisipatif, mencakup aspek teknis, sosial, dan kultural. UMKM tidak hanya harus mengadopsi teknologi, tetapi juga perlu membangun budaya inovasi dan pembelajaran berkelanjutan agar mampu bertransformasi secara berkelanjutan dan *resilient*.

Dalam konteks akademik, kajian mengenai inovasi kewirausahaan digital dan strategi adaptasi UMKM masih perlu terus dikembangkan, baik dari aspek teoritis maupun praktis. Penelitian yang mendalam mengenai pola adopsi teknologi oleh UMKM, faktor-faktor penentu keberhasilan digitalisasi, serta dampak inovasi digital terhadap daya saing usaha, menjadi penting untuk memperkaya literatur dan mendukung perumusan kebijakan yang lebih efektif. Di sisi lain, dokumentasi praktik-praktik baik dan inovasi lokal yang berhasil menjadi inspirasi dan

pembelajaran bagi pelaku UMKM lainnya.

Dengan mempertimbangkan urgensi dan kompleksitas isu tersebut, maka makalah ini disusun untuk membahas secara komprehensif mengenai inovasi kewirausahaan digital sebagai strategi adaptasi UMKM di era ekonomi kreatif. Melalui kajian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam melakukan transformasi digital, serta strategi-strategi inovatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam dan kontekstual mengenai fenomena inovasi kewirausahaan digital dalam proses adaptasi UMKM di era ekonomi kreatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi persepsi, pengalaman, strategi, dan tantangan yang dihadapi pelaku UMKM secara langsung dan natural. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan fakta dan realitas yang ada tanpa memanipulasi variabel, sehingga cocok untuk menjawab rumusan masalah yang bersifat eksploratif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peran Inovasi Kewirausahaan Digital dalam Adaptasi UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2022), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mempekerjakan sekitar 97% tenaga kerja Indonesia. Dalam menghadapi era disrupsi digital dan ekonomi kreatif, UMKM tidak lagi dapat bergantung pada model bisnis tradisional. Inovasi dalam kewirausahaan digital menjadi kunci agar UMKM tetap relevan, kompetitif, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Inovasi kewirausahaan digital dalam adaptasi UMKM dapat dilakukan melalui beberapa hal, sebagai berikut:

### **Transformasi Model Bisnis Berbasis Teknologi**

Salah satu peran paling signifikan dari inovasi kewirausahaan digital adalah kemampuannya untuk mentransformasi model bisnis UMKM. Penggunaan platform digital seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi berbasis *cloud* telah mengubah cara UMKM memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk. Model bisnis tradisional yang bergantung pada interaksi fisik dan lokasi kini dapat diperluas secara virtual tanpa batas geografis.

Menurut Nambisan (2020), kewirausahaan digital tidak hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga tentang bagaimana teknologi digunakan untuk menciptakan nilai tambah baru, memfasilitasi inovasi berkelanjutan, dan memperluas interaksi pelanggan secara dinamis. UMKM yang mampu mengadopsi teknologi secara strategis dapat mengubah proses bisnis mereka menjadi lebih

efisien, fleksibel, dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Contohnya, dalam studi oleh Tambunan et al. (2021), UMKM yang telah menggunakan platform *e-commerce* mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 30% dalam waktu dua tahun. Mereka tidak hanya menjangkau konsumen lokal, tetapi juga mulai menembus pasar ekspor melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, dan bahkan Etsy untuk kerajinan tangan.

### **Inovasi dalam Produk dan Layanan**

Inovasi digital juga memungkinkan UMKM menciptakan dan menyempurnakan produk serta layanan berbasis teknologi. Dengan adanya akses terhadap data pelanggan melalui sistem *Customer Relationship Management* (CRM) atau media sosial, UMKM bisa mendapatkan wawasan konsumen secara *real-time* dan menyusun strategi pengembangan produk yang lebih tepat sasaran.

Dalam konteks ekonomi kreatif, nilai tambah yang dihasilkan tidak hanya berasal dari produk fisik, tetapi dari kreativitas dan diferensiasi. Oleh karena itu, UMKM didorong untuk terus berinovasi dalam aspek desain, fungsi, dan bahkan narasi atau *storytelling* produk mereka. Seperti disampaikan oleh Setianti et al. (2023), UMKM yang menerapkan strategi konten visual dan naratif yang kuat di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan hingga 70%.

Inovasi juga terjadi dalam bentuk layanan digital. Banyak UMKM kini menggunakan *chatbot* otomatis, layanan pemesanan daring, hingga sistem pembayaran digital untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Transformasi ini meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan, serta memperkuat citra profesionalisme dan modernitas UMKM di mata konsumen.

### **Efisiensi dan Otomatisasi Proses Bisnis**

Peran lain dari kewirausahaan digital adalah menciptakan efisiensi dan otomatisasi. Dengan teknologi seperti *software* akuntansi berbasis *cloud* (misalnya: Jurnal.id, BukuWarung), sistem inventaris otomatis, dan alat analitik digital, UMKM dapat mengelola sumber daya secara lebih optimal dan meminimalkan kesalahan manusia.

Fauzi & Priyono (2021) mencatat bahwa UMKM yang telah menerapkan sistem pencatatan digital mengalami penurunan biaya operasional hingga 20% dalam satu tahun. Mereka juga menjadi lebih siap dalam mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan karena memiliki laporan keuangan yang rapi dan transparan.

Selain itu, proses produksi dan logistik juga dapat diotomatisasi. Misalnya, UMKM kuliner dapat menggunakan platform layanan pesan antar seperti GoFood atau GrabFood yang otomatis mengatur pesanan dan pengiriman. Hal ini memungkinkan UMKM fokus pada kualitas produk dan pengembangan usaha tanpa terbebani oleh proses distribusi yang rumit.

### **Pemasaran Digital sebagai Strategi Pertumbuhan**

Salah satu dampak paling nyata dari kewirausahaan digital adalah perluasan jangkauan pasar melalui pemasaran digital. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta mesin pencari seperti Google, memungkinkan UMKM menjangkau pelanggan dengan biaya rendah dan hasil yang terukur.

UMKM kini dapat memanfaatkan teknik *digital marketing* seperti *Search Engine Optimization* (SEO), pemasaran konten (*content marketing*), dan iklan berbayar (Facebook Ads, Google Ads) untuk menjangkau target pasar dengan lebih efektif. Dalam survei oleh Sari dan Irawati (2023), 75% UMKM yang aktif memasarkan produk melalui media sosial mengalami peningkatan penjualan signifikan dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan pemasaran *offline*.

Konten visual yang menarik, ulasan pelanggan, testimoni video, dan kampanye promosi yang kreatif mampu menciptakan *brand awareness* dan loyalitas yang tinggi. Strategi ini sangat relevan dalam ekonomi kreatif, di mana elemen identitas merek, cerita di balik produk, dan daya tarik estetika menjadi penentu utama keberhasilan pasar.

### **Perluasan Akses Modal dan Pembiayaan melalui *Fintech***

Salah satu kendala utama UMKM selama ini adalah akses terhadap modal usaha. Kehadiran layanan keuangan digital (*fintech*) seperti KoinWorks, Modalku, dan Amarnya membuka peluang pembiayaan yang lebih inklusif. Dengan sistem *credit scoring* berbasis data digital, UMKM yang sebelumnya tidak memiliki riwayat kredit formal kini dapat mengakses pembiayaan mikro.

Selain itu, aplikasi pembukuan digital seperti BukuKas atau Mekari membantu UMKM mengelola keuangan, memantau arus kas, dan menyiapkan laporan keuangan yang siap digunakan untuk pengajuan kredit. Ini menjadi lompatan penting dalam inklusi keuangan UMKM yang berbasis teknologi.

Menurut laporan UNDP Indonesia (2021), UMKM yang menggunakan aplikasi keuangan digital mengalami peningkatan efisiensi pengelolaan keuangan dan lebih cepat memperoleh akses modal dari lembaga keuangan formal. Hal ini memperkuat struktur keuangan UMKM sekaligus membuka jalan bagi pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

### **Ketahanan Bisnis dalam Krisis**

Kewirausahaan digital juga terbukti menjadi penopang utama ketahanan UMKM dalam masa krisis seperti pandemi COVID-19. Ketika interaksi fisik dan kegiatan ekonomi konvensional menurun drastis, UMKM yang telah go digital tetap dapat menjual produk secara daring, memasarkan melalui media sosial, dan berinteraksi dengan pelanggan tanpa tatap muka. Hal ini ditegaskan oleh laporan Bank Indonesia (2021) yang menyebut bahwa UMKM digital memiliki tingkat resiliensi yang lebih tinggi dibandingkan UMKM konvensional. Mereka lebih cepat melakukan *pivoting* bisnis, seperti beralih ke produk-produk yang relevan dengan kondisi pasar atau menawarkan layanan berbasis langganan (*subscription*).

### **Tantangan Utama Penerapan Strategi Digital oleh UMKM**

Tantangan utama penerapan strategi digital oleh UMKM menjadi topik yang semakin relevan seiring dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Meskipun digitalisasi menawarkan berbagai peluang bagi UMKM untuk berkembang, terdapat berbagai hambatan yang harus dihadapi agar penerapan teknologi dapat berjalan efektif. Artikel ini akan membahas tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam menerapkan strategi digital, dengan fokus pada keterbatasan

sumber daya manusia (SDM), infrastruktur teknologi, biaya implementasi, ketidakpastian regulasi, resistensi terhadap perubahan, hingga masalah keamanan data.

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM dalam menerapkan strategi digital adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan teknologi yang memadai. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan cara-cara tradisional dalam menjalankan bisnis mereka dan belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai teknologi terbaru. Hal ini menjadi hambatan utama dalam digitalisasi, karena tanpa adanya pengetahuan dan keterampilan yang memadai, penerapan teknologi digital tidak akan optimal.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suryana dan Wulandari (2021), lebih dari 60% UMKM di Indonesia tidak memiliki tenaga kerja yang cukup terlatih dalam bidang digital. Selain itu, keterbatasan pelatihan atau *workshop* tentang teknologi juga membuat banyak pelaku UMKM kesulitan untuk beradaptasi dengan teknologi baru. UMKM yang berada di daerah terpencil atau kurang berkembang sering kali menghadapi kendala dalam mengakses pelatihan-pelatihan ini, yang semakin memperburuk masalah.

SDM yang kurang memiliki pengetahuan tentang *e-commerce*, media sosial, dan perangkat lunak akuntansi digital akan kesulitan dalam mengelola operasi bisnis secara efisien. Oleh karena itu, salah satu solusi yang dapat diambil adalah penyediaan program pelatihan digital yang lebih inklusif dan terjangkau, baik oleh pemerintah maupun sektor swasta.

2. Keterbatasan Akses terhadap Infrastruktur Teknologi

Tantangan kedua yang dihadapi oleh UMKM dalam penerapan strategi digital adalah keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai. Meskipun teknologi digital semakin berkembang, banyak UMKM yang belum memiliki perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka secara digital.

Berdasarkan laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2021), kurang dari 50% UMKM di Indonesia yang memiliki perangkat komputer atau *smartphone* yang cukup baik untuk mendukung operasional digital mereka. Beberapa UMKM bahkan masih menggunakan metode manual untuk mencatat transaksi dan mengelola inventaris, yang menghambat efisiensi operasional mereka.

Selain itu, masalah akses internet yang lambat atau tidak stabil juga menjadi hambatan signifikan, terutama bagi UMKM yang beroperasi di daerah pedesaan. Hal ini menghalangi UMKM untuk menggunakan platform *e-commerce*, layanan *cloud*, atau aplikasi lain yang dapat mempermudah pengelolaan bisnis mereka.

UMKM perlu berinvestasi dalam infrastruktur yang memadai, tetapi dengan biaya yang terbatas, hal ini sering kali menjadi beban yang cukup

berat. Oleh karena itu, penyediaan subsidi atau dukungan akses ke teknologi dan internet di daerah yang belum terjangkau perlu menjadi perhatian penting dari pemerintah dan sektor teknologi.

3. Biaya Implementasi dan Pembiayaan Digital

Tantangan lain yang tak kalah penting adalah masalah biaya implementasi digital. Mengadopsi teknologi digital memang memerlukan investasi awal yang tidak sedikit, mulai dari pembelian perangkat keras, perangkat lunak, hingga biaya untuk pelatihan SDM. Selain itu, UMKM juga perlu membayar biaya langganan untuk berbagai platform digital seperti *e-commerce*, aplikasi akuntansi, dan layanan *cloud*.

Namun, banyak UMKM yang merasa kesulitan untuk mengakses pembiayaan yang diperlukan untuk digitalisasi. Berdasarkan penelitian Haryanto dan Prabowo (2022), sekitar 60% UMKM mengungkapkan bahwa mereka tidak mampu memperoleh pembiayaan yang diperlukan untuk mendigitalisasi usaha mereka. Meskipun ada berbagai program bantuan dari pemerintah dan lembaga keuangan, banyak pelaku UMKM yang tidak dapat mengaksesnya karena kurangnya pengetahuan atau persyaratan yang sulit dipenuhi.

Selain itu, banyak UMKM yang khawatir bahwa investasi dalam digitalisasi tidak akan memberikan hasil yang langsung terlihat. Ketidakpastian terkait manfaat jangka panjang ini menghambat keberanian mereka untuk berinvestasi dalam teknologi yang bisa meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha.

4. Ketidakpastian Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Tantangan penting lainnya adalah ketidakpastian mengenai regulasi dan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM. Meskipun pemerintah telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung digitalisasi UMKM, seperti program pendampingan dan pemberian subsidi, ketidakjelasan atau perubahan regulasi yang mendadak sering kali menjadi hambatan besar.

Salah satu masalah utama adalah kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang regulasi yang mengatur penggunaan teknologi, terutama dalam hal perpajakan, perlindungan data pribadi, dan hak cipta. Jatmiko dan Setyawan (2021) menunjukkan bahwa banyak UMKM yang enggan berinvestasi dalam teknologi digital karena ketidakpastian hukum dan kekhawatiran mengenai kewajiban perpajakan yang mungkin timbul.

Kebijakan yang mendukung keberlanjutan digitalisasi harus jelas, transparan, dan mudah diakses oleh pelaku UMKM. Pemerintah perlu menyederhanakan peraturan yang ada serta memberikan insentif atau kemudahan bagi UMKM yang ingin mengadopsi teknologi digital.

5. Resistensi terhadap Perubahan

Resistensi terhadap perubahan adalah tantangan budaya yang sering kali dihadapi oleh UMKM dalam menerapkan strategi digital. Banyak pelaku

UMKM yang telah lama menjalankan bisnis dengan cara tradisional dan merasa nyaman dengan cara tersebut. Mereka cenderung ragu untuk beralih ke teknologi digital karena merasa prosesnya rumit, mahal, atau tidak relevan dengan bisnis mereka.

Hermawan (2020) mengungkapkan bahwa sekitar 45% pelaku UMKM di Indonesia menilai teknologi digital tidak terlalu penting untuk usaha mereka dan lebih memilih untuk mempertahankan cara tradisional. Ketidakpastian mengenai manfaat jangka panjang dari investasi teknologi digital juga menjadi alasan mengapa UMKM enggan melakukan perubahan.

Untuk mengatasi resistensi ini, penting bagi pelaku UMKM untuk diberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat digitalisasi, termasuk efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan peningkatan daya saing. Pemerintah, asosiasi bisnis, dan lembaga keuangan harus bekerja sama untuk memberikan edukasi dan pelatihan yang dapat membangun kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi baru.

#### 6. Keamanan Data dan Kepercayaan Pelanggan

Keamanan data juga menjadi isu yang sangat penting dalam penerapan strategi digital oleh UMKM. Banyak pelaku UMKM yang khawatir dengan potensi kebocoran data pelanggan atau serangan siber yang dapat merugikan bisnis mereka. Keamanan data menjadi salah satu faktor yang menghalangi UMKM dalam bertransaksi melalui platform digital atau mengelola data pelanggan secara elektronik.

Menurut penelitian Arief dan Santoso (2022), sekitar 50% pelaku UMKM menganggap keamanan data sebagai masalah utama dalam mengimplementasikan sistem digital. Mereka khawatir bahwa informasi sensitif pelanggan akan jatuh ke tangan yang salah, yang dapat merusak reputasi bisnis dan menyebabkan kerugian finansial.

UMKM perlu diberikan pelatihan mengenai cara mengelola data pelanggan secara aman dan memperkenalkan solusi keamanan digital yang efektif. Selain itu, penting bagi UMKM untuk bekerja sama dengan penyedia layanan teknologi yang memiliki standar keamanan yang tinggi untuk melindungi data pelanggan mereka.

### **Strategi Inovatif untuk Peningkatan Daya Saing UMKM**

Strategi inovatif untuk peningkatan daya saing UMKM mencakup inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai pendorong utama transformasi bisnis.

#### 1. Inovasi Produk: Meningkatkan Kualitas dan Diferensiasi

Inovasi produk adalah salah satu cara paling efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM. Melalui inovasi produk, UMKM dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan berkembang. Hal ini juga membantu UMKM untuk menciptakan nilai tambah yang dapat membedakan produk mereka dengan produk pesaing.

Menurut Tushman dan O'Reilly (2020), inovasi produk melibatkan

perubahan atau peningkatan dalam fitur, kualitas, dan desain produk untuk memenuhi harapan pelanggan atau membuka pasar baru. Untuk UMKM, inovasi produk tidak harus selalu berhubungan dengan penciptaan produk baru, tetapi juga dapat melibatkan perbaikan atau adaptasi produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan tren pasar atau kebutuhan konsumen.

Contoh inovasi produk yang berhasil adalah pengembangan produk berbasis bahan baku lokal yang dipadukan dengan teknologi untuk meningkatkan kualitas. Misalnya, produsen makanan dan minuman dapat memanfaatkan bahan baku lokal yang lebih sehat dan ramah lingkungan, serta mengembangkan produk yang lebih unik, seperti produk organik atau berbasis diet khusus (*gluten-free, vegan, dll.*). Dengan demikian, UMKM tidak hanya meningkatkan daya saing mereka, tetapi juga memenuhi permintaan pasar yang semakin sadar akan kesehatan dan keberlanjutan.

## 2. Inovasi Proses: Meningkatkan Efisiensi dan Produktivitas

Inovasi proses adalah perubahan atau perbaikan dalam cara produksi atau operasi dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Inovasi proses dapat mencakup otomatisasi, penggunaan teknologi canggih, atau perbaikan dalam tata kelola operasional. Banyak UMKM yang masih mengandalkan proses manual dalam kegiatan operasional mereka, seperti pencatatan transaksi dan pengelolaan inventaris. Hal ini sering kali menyebabkan ketidakefisienan, pemborosan waktu, dan sumber daya yang berharga. Oleh karena itu, UMKM perlu mengadopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Salah satu contoh inovasi proses yang dapat diterapkan adalah penggunaan *software* akuntansi atau manajemen inventaris berbasis *cloud*. Dengan menggunakan sistem berbasis digital, UMKM dapat mengelola keuangan, persediaan barang, dan proses bisnis lainnya dengan lebih efisien. Selain itu, penggunaan perangkat lunak berbasis *cloud* memungkinkan UMKM untuk mengakses data secara *real-time*, meminimalkan kesalahan manusia, dan meningkatkan transparansi.

Menurut penelitian oleh Hendry et al. (2021), inovasi proses dalam bentuk digitalisasi sistem internal tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. UMKM yang mengadopsi sistem yang lebih efisien cenderung lebih mampu memenuhi permintaan pasar dengan cepat dan mengurangi biaya produksi.

## 3. Inovasi Pemasaran: Memanfaatkan *Digital Marketing* dan Media Sosial

Inovasi pemasaran adalah strategi yang sangat penting dalam memperkenalkan produk dan layanan kepada konsumen. Di era digital, pemasaran konvensional sering kali tidak cukup untuk mencapai audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, UMKM perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan memanfaatkan teknologi digital.

Salah satu cara inovatif dalam pemasaran adalah dengan menggunakan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan

*marketing automation* untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Menurut Kotler dan Keller (2021), pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk mencapai konsumen secara lebih efektif dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

Misalnya, UMKM yang memproduksi kerajinan tangan dapat memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk memamerkan produk mereka dengan foto-foto berkualitas tinggi dan cerita yang menarik. Selain itu, *e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee memberikan UMKM akses untuk menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas dengan biaya transaksi yang lebih terjangkau dibandingkan dengan membuka toko fisik.

Selain itu, penggunaan teknologi seperti *Customer Relationship Management* (CRM) juga dapat membantu UMKM dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan data pelanggan, UMKM dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih personal dan relevan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### 4. Pemanfaatan Teknologi Digital: *E-commerce* dan Big Data

Pemanfaatan teknologi digital merupakan pendorong utama dalam inovasi bisnis. Teknologi memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan produktivitas, dan mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien. Dalam hal ini, pemanfaatan platform *e-commerce* dan *big data* menjadi dua strategi yang sangat penting. *E-commerce* memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjual produk mereka kepada konsumen di seluruh dunia. Dengan biaya yang relatif rendah, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih besar tanpa harus memiliki toko fisik. Menurut Rahmawati dan Andayani (2020), *e-commerce* telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk berkembang, terutama bagi mereka yang berfokus pada pasar domestik dan internasional.

Selain itu, *big data* dan analisis data juga dapat membantu UMKM dalam pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan mengumpulkan data tentang perilaku konsumen, tren pasar, dan kinerja produk, UMKM dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan mengoptimalkan produksi mereka. Penggunaan *big data* memungkinkan UMKM untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan menyesuaikan produk serta layanan yang ditawarkan.

#### 5. Kolaborasi dan Kemitraan: Meningkatkan Sumber Daya dan Akses ke Pasar

Selain inovasi internal, UMKM juga dapat meningkatkan daya saing mereka melalui kolaborasi dan kemitraan dengan perusahaan besar atau lembaga lain. Kolaborasi ini dapat membuka akses UMKM ke teknologi, sumber daya manusia, dan pasar yang lebih luas.

Kemitraan dengan lembaga pendidikan atau pusat riset dapat memberikan akses kepada UMKM untuk memperoleh informasi terbaru mengenai tren pasar dan teknologi yang sedang berkembang. Selain itu,

bekerja sama dengan perusahaan besar dalam bentuk penyaluran produk atau layanan juga dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi UMKM di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan riset dari Agustin (2021), kemitraan antara UMKM dan perusahaan besar dapat membuka peluang akses pasar internasional yang sebelumnya tidak terjangkau oleh UMKM. Selain itu, kemitraan ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi dan inovasi melalui transfer teknologi dan pengetahuan.

## **KESIMPULAN**

Inovasi kewirausahaan digital merupakan strategi penting bagi UMKM untuk beradaptasi dan bersaing di era ekonomi kreatif. Namun, tantangan berupa rendahnya literasi digital, akses infrastruktur, dan keterbatasan modal masih menjadi hambatan utama. Melalui strategi bertahap, kolaborasi, inovasi produk, serta pemanfaatan *fintech*, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnisnya.

## **SARAN**

1. Pemerintah perlu memperluas program literasi digital dan inkubasi bisnis berbasis teknologi.
2. Peningkatan infrastruktur digital di daerah terpencil harus menjadi prioritas.
3. Skema pembiayaan berbasis teknologi dan kemitraan perlu diperkuat untuk mendukung transformasi digital UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, I. (2021). Kolaborasi dan Kemitraan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Kewirausahaan*, 14(3), 63-75.
- Arief, R., & Santoso, A. (2022). Keamanan Data dalam Digitalisasi UMKM. *Jurnal Keamanan Siber dan Teknologi Informasi*, 8(1).
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Perekonomian UMKM Nasional*.
- Fauzi, E., & Priyono, A. (2021). Digitalisasi UMKM dan Inovasi Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1).
- Haryanto, S., & Prabowo, W. (2022). Pembiayaan Digital untuk UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 10(2).
- Hendry, A., et al. (2021). Inovasi Proses dalam Digitalisasi UMKM. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 19(1), 55-68
- Hermawan, T. (2020). Resistensi Digital di Kalangan UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Teknologi*, 15(4).
- Jatmiko, A., & Setyawan, D. (2021). Kebijakan Digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(3).

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021). *Laporan Infrastruktur Digital Indonesia*.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Tahunan UMKM*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Nambisan, S. (2020). *Digital Entrepreneurship: Platforms, Ecosystems and the New Business Dynamics*. Springer.
- Rahmawati, D., & Andayani, S. (2020). Pemanfaatan E-commerce untuk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 45-57.
- Sari, T. D. V., & Irawati, S. A. (2023). Strategi Digitalisasi UMKM. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2).
- Setianti, I. U. P., et al. (2023). Pendampingan Digital Marketing UMKM. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3).
- Suryana, Y., & Wulandari, A. (2021). Digital Transformation in UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 7(1).
- Tambunan, T. T. H. (2021). Perkembangan UMKM Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 12(2).
- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (2020). *Lead and Disrupt: How to Solve the Innovator's Dilemma*. Stanford University Press.
- UNDP Indonesia. (2021). *Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM*.