



Digitalisasi sebagai Titik Balik Ekonomi Kerakyatan: Transformasi, Tantangan, dan Masa Depan UMKM Indonesia

Indah Damayanti^{1*}, Kiromim Baroroh², Isroah³

¹⁻³Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

e-mail: indahdamayanti.2025@student.uny.ac.id¹, kiromim_b@uny.ac.id², isroah@uny.ac.id³

*Penulis korespondensi: indahdamayanti.2025@student.uny.ac.id

Abstract. *This paper examines the shift in the economic paradigm in Indonesia through digitalization, driven by the Fourth Industrial Revolution and the transition towards Society 5.0. The people's economy based on SMEs faces significant new challenges and opportunities in this era. Using a literature approach and case studies, this article highlights how information technology plays a role not only as a marketing tool but also as an instrument to strengthen economic sovereignty in accordance with the mandate of Article 33 of the 1945 Constitution. The findings indicate that the success of digital transformation depends on the synergy between supportive government policies, private sector innovation, and the adaptability of SME actors. In facing global challenges, the proposed strategy includes strengthening digital literacy for all levels of society and protecting the domestic market from the influx of foreign products that could threaten the sustainability of SMEs. This is crucial to ensure the future resilience of the national economy while also promoting the sustainable growth of the SME sector. Thus, digitalization is not only an efficiency solution but also a key factor in reinforcing Indonesia's people-based economy in the globalization era.*

Keywords: *Digital Transformation; Digitalization; Economic Competitiveness; People-Centered Economy; SMEs.*

Abstrak. Karya ini mengkaji pergeseran paradigma ekonomi di Indonesia melalui digitalisasi, yang dipicu oleh Revolusi Industri 4.0 dan transisi menuju *Society* 5.0. Ekonomi kerakyatan berbasis UMKM menghadapi tantangan dan peluang baru yang sangat besar di era ini. Dengan pendekatan literatur dan studi kasus, artikel ini menyoroti bagaimana teknologi informasi berperan bukan hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen untuk memperkuat kedaulatan ekonomi sesuai dengan amanat Pasal 33 UUD 1945. Temuan menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital bergantung pada sinergi antara kebijakan pemerintah yang mendukung, inovasi sektor swasta, serta kemampuan adaptasi pelaku UMKM. Dalam menghadapi tantangan global, strategi yang diusulkan mencakup penguatan literasi digital untuk semua lapisan masyarakat, serta perlindungan pasar domestik dari arus produk luar negeri yang dapat mengancam keberlanjutan UMKM. Hal ini penting untuk menjamin ketahanan ekonomi nasional di masa depan, sekaligus mendorong pertumbuhan sektor UMKM yang berkelanjutan. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya solusi efisiensi, tetapi juga kunci dalam memperkuat ekonomi kerakyatan Indonesia di era globalisasi.

Kata kunci: Daya Saing Ekonomi; Digitalisasi; Ekonomi Kerakyatan; Transformasi Digital; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Digitalisasi bukan lagi sekedar tren teknologi, melainkan “jantung” baru dalam aktivitas ekonomi global. Pentingnya digitalisasi terletak pada kemampuannya untuk mendemokratisasi akses; di mana informasi dan pasar yang dulunya hanya dikuasai oleh pemain besar, kini bisa diakses oleh siapa saja dengan koneksi internet.

Secara sosial dan ekonomi, teknologi berperan sebagai katalisator perubahan. Ia mengubah cara Masyarakat berinteraksi (dari transaksi tunai ke digital) dan memangkas rantai distribusi yang Panjang. Hal ini memungkinkan efisiensi tinggi yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup Masyarakat luas melalui ekonomi yang lebih inklusif.

Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam perkembangan bisnis modern, termasuk UMKM. Transformasi digital memungkinkan UMKM untuk bersaing dalam pasar global, meningkatkan efisiensi, serta memperluas jangkauan pelanggan. Namun, masih banyak UMKM yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi akibat berbagai kendala. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang tepat guna mendukung digitalisasi UMKM secara efektif dan berkelanjutan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia. Menurut data kementerian Koperasi dan UKM RI, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun, dalam era disrupsi digital, UMKM menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif. Digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM mampu bertahan, berkembang, dan bahkan bersaing di pasar global. Dalam konteks Indonesia, UMKM menjadi pilar utama ekonomi kerakyatan karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

Fakta, bukti, dan Datanya berdasarkan survei dari Google, Temasek, dan Bain & Company (2022), hanya sekitar 24% UMKM di Indonesia yang telah mengadopsi teknologi digital secara penuh. Sementara itu, studi dari World Bank (2021) menyebutkan bahwa UMKM yang terdigitalisasi memiliki peluang pertumbuhan pendapatan 1,5 kali lebih besar dibandingkan UMKM non-digital. Program “UMKM Go Digital” dari pemerintah pun menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan omzet hingga 80% dalam satu tahun. Menurut data BPS (2023), hanya sekitar 24,5% UMKM di Indonesia yang sudah terhubung dengan platform digital. Riset oleh Google dan Temasek (2022) juga menyebutkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 35%. Contoh nyata seperti penggunaan aplikasi kasir digital (POS), integrasi UMKM dengan *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak, serta penggunaan media sosial untuk pemasaran digital, telah membawa banyak perubahan positif. Misalnya, warung kelontong yang sebelumnya mengandalkan pelanggan tetap kini bisa menjual secara daring, bahkan menerima pembayaran digital melalui QRIS. Model seperti yang dijalankan oleh *startup* seperti Warung Pintar, Krealogi, atau Bukukas menjadi bukti bahwa teknologi bisa menjembatani kebutuhan operasional UMKM dengan tren pasar digital.

Data empiris diperlukan untuk memperkuat argumentasi bahwa digitalisasi telah menjadi faktor strategis dalam mendorong ekonomi kerakyatan berbasis UMKM di Indonesia. Kontribusi besar UMKM terhadap perekonomian nasional, diiringi pertumbuhan ekonomi digital dan peningkatan penggunaan internet, menunjukkan bahwa transformasi digital bukan

lagi pilihan, melainkan kebutuhan struktural agar UMKM tetap kompetitif di tengah perubahan pasar global. Berikut disajikan beberapa indikator utama yang relevan.

Tabel 1. Indikator Strategis Peran UMKM dan Potensi Digitalisasi dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan di Indonesia.

No	Indikator	Data Terkini	Relevansi terhadap Penelitian	Sumber
1	Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia	61% PDB nasional	Menunjukkan UMKM sebagai pilar utama ekonomi kerakyatan	Detikfinanace. (2025)
2	Penyerapan tenaga kerja oleh UMKM	97% tenaga kerja nasional	Membuktikan UMKM berperan besar dalam penciptaan lapangan kerja	Detikfinanace. (2025)
3	Jumlah UMKM di Indonesia	±65 juta unit usaha	Menunjukkan skala ekonomi rakyat yang sangat besar	Liputan6. (2024)
4	Kontribusi ekonomi digital Indonesia	Diproyeksikan tumbuh pesat hingga 2030	Menunjukkan peluang pasar digital bagi UMKM	Liputan6. (2024)
5	Pengguna internet Indonesia	175,4 juta pengguna	Menjadi basis pasar digital bagi UMKM berbasis online	LinkUMKM. (2022)
6	Pengguna media sosial aktif	160 juta pengguna	Membuka peluang pemasaran digital melalui media sosial	LinkUMKM. (2022)

Tabel 1 tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi memiliki landasan objektif yang kuat untuk dijadikan strategi penguatan UMKM di Indonesia. Besarnya kontribusi UMKM terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sektor ini akan berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Jumlah UMKM yang mencapai puluhan juta unit usaha juga menandakan besarnya potensi ekonomi rakyat yang dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan teknologi. Tingginya jumlah pengguna internet dan media sosial membuka akses pasar yang lebih luas, murah, dan efisien bagi pelaku usaha kecil. Kondisi ini menegaskan bahwa transformasi digital UMKM merupakan instrumen penting dalam mewujudkan ekonomi kerakyatan yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Seiring perkembangan teknologi, digitalisasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Transformasi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui *e-commerce*, media sosial, dan platform digital lainnya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan pendapatan dan efisiensi UMKM, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur (Cahyono et al., 2023; Rizal et al., 2025). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penguatan UMKM berbasis digital dapat menjadi motor penggerak ekonomi kerakyatan.

2. KAJIAN TEORITIS

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

TIK telah meruntuhkan tembok pembatas antara produsen kecil di desa dengan konsumen di kota besar. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memungkinkan UMKM melakukan inovasi produk serta membangun jaringan kolaborasi dengan berbagai pihak.

Platform digital seperti *marketplace* dan *fintech* memberikan akses pembiayaan yang lebih luas bagi UMKM yang sebelumnya sulit mengakses perbankan (Omarini, 2018). Kolaborasi antara UMKM dan *startup* juga menciptakan ekosistem ekonomi digital yang lebih inklusif.

- a. Pemasaran Produk: Penggunaan TIK, seperti media sosial dan *Content marketing*, memungkinkan UMKM membangun *branding* dengan biaya minim. Video pendek di Tik Tok atau Instagram kini jauh lebih efektif daripada papan reklame mahal.
- b. *Platform Digital*: Kehadiran *marketplace* (Tokopedia, Shopee, dll). Memberikan akses pasar instan. Selain itu, munculnya *Peer-to-Peer (P2P) Lending* atau *Securities Crowdfunding* memberikan Solusi bagi UMKM yang selama ini sulit mendapatkan pinjaman bank (*unbankable*) karena kendala agunan.

Inovasi Produk dan Layanan

Teknologi memungkinkan UMKM melakukan lompatan kualitas tanpa harus memiliki pabrik besar.

- a. Inovasi Produk: Contohnya, UMKM makanan kini menggunakan teknologi *vacuum packaging* atau *freeze-drying* yang memungkinkan produk tradisional (seperti rendang atau gudeg) tahan lama dan bisa dikirim ke luar negeri tanpa pengawet kimia. Penggunaan desain berbasis *software* juga membuat kemasan produk *local* terlihat setara dengan merek global.
- b. Layanan Berbasis Teknologi: Sistem Kasir Digital (*Point of Sales/POS*) membantu UMKM mengelola stok secara otomatis, sehingga pemilik usaha bisa fokus pada pengembangan bisnis daripada sekedar menghitung stok manual.

Kolaborasi dan Jaringan

Di era digital, “berjalan sendirian” adalah strategi yang berisiko. Ekonomi kerakyatan modern justru sangat bergantung pada ekosistem.

- a. UMKM & *Startup*: Kolaborasi ini menciptakan simbiosis mutualisme. *Startup* menyediakan infrastruktur (logistik, pembayaran, manajemen data), sementara UMKM menyediakan produk unik. Misalnya, integrasi UMKM kuliner dengan platform *food delivery*.

- b. Jaringan Komunitas: Komunitas digital menjadi tempat berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*). Melalui grup WhatsApp atau forum daring, para pelaku UMKM bisa belajar mengenai tren pasar, regulasi terbaru, hingga tips menghadapi kendala teknis secara *real-time*.

Pendidikan dan Pelatihan

Teknologi sehebat apa pun tidak akan berguna tanpa sumber daya manusia yang mumpuni. Ini adalah titik paling krusial.

- a. Kebutuhan Pelatihan: Literasi digital tidak hanya soal cara memposting foto, tapi juga mengenai keamanan siber, analisis data penjualan sederhana, dan etika berkomunikasi dengan pelanggan secara daring.
- b. Inisiatif yang Ada: Program-program seperti *Digital Talent Scholarship* dari Kominfo, kelas pelatihan gratis dari Google Gapura Digital, hingga *incubator* bisnis di Tingkat universitas menjadi jembatan bagi para pelaku ekonomi rakyat untuk meningkatkan kelas kompetensi mereka.

3. METODE PENELITIAN

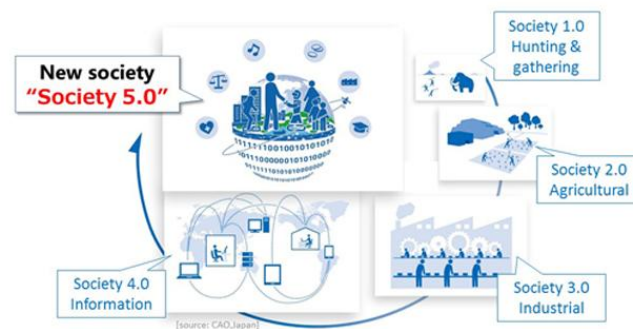
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk mengkaji digitalisasi sebagai titik balik ekonomi kerakyatan melalui transformasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menjelaskan fenomena sosial, ekonomi, dan kebijakan secara mendalam berdasarkan kondisi empiris yang berkembang di masyarakat. Sumber data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan, meliputi buku, jurnal ilmiah, laporan lembaga pemerintah, data statistik resmi, hasil riset lembaga nasional dan internasional, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan UMKM, ekonomi digital, dan kebijakan pembangunan ekonomi nasional. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur, dokumentasi, serta identifikasi berbagai studi kasus mengenai keberhasilan maupun hambatan digitalisasi UMKM di Indonesia. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, klasifikasi data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan guna menemukan hubungan antara digitalisasi, penguatan daya saing UMKM, serta pembangunan ekonomi kerakyatan. Hasil analisis kemudian digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategis bagi pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam mewujudkan ekosistem ekonomi digital yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0

Perkembangan revolusi *industry* 4.0 membuat negara-negara termasuk Indonesia lebih tanggap akan teknologi digital. Perubahan ini makin banyak dirasakan dan dialami di berbagai aspek kehidupan, terlebih khusus pada sektor usaha. Dengan adanya pergerakan yang mengarah kepada digitalisasi maka perkembangan ekonomi di Indonesia juga sudah mengarah pada ekonomi digital. Hal ini memungkinkan akan muncul model usaha baru yang dapat mempermudah konsumen karena kegiatannya makin mudah dan makin efisien juga responsif terhadap kebutuhan pasar. Melihat adanya perbedaan yang begitu jauh antara kondisi perekonomian Indonesia saat ini dengan 10 tahun yang lalu, dilihat dari struktur dan konstruksi perekonomian yang sudah beralih pada revolusi *industry* 4.0 dan pesatnya perkembangan ekonomi digital.

Revolusi Industri 4.0 ditandai dengan penggabungan dunia fisik, digital, dan biologis. Karakteristik utamanya adalah penggunaan *Artificial Intelligence* (AI), *Internet of Things* (IoT), dan *Big Data*.



Gambar 1. *New Society “Society 5.0”.*

Jika dibandingkan dengan revolusi sebelumnya (1.0 fokus pada uap, 2.0 pada Listrik, dan 3.0 pada komputer), Industri 4.0 lebih menekankan pada konektivitas tanpa batas. Namun, Jepang memperkenalkan konsep *Society 5.0* untuk menyeimbangkan kemajuan tersebut. Jika Industri 4.0 berfokus pada kecanggihan mesin, *Society 5.0* fokus pada manusia sebagai pusatnya (*human-centered*). Relevansinya dengan ekonomi kerakyatan sangat kuat: teknologi digunakan untuk memecahkan masalah sosial dan memastikan kesejahteraan tidak hanya menumpuk di satu golongan, melainkan dirasakan oleh rakyat kecil melalui kemudahan akses ekonomi.

Menurut Devezas et al. (2017) adapun pengaruh perkembangan ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 adalah sebagai berikut: Tidak hanya pola konsumsi dan produksi berubah, tetapi juga masa depan pekerjaan dan lapangan kerja. Ini menunjukkan bahwa apa yang sebelumnya dilakukan melalui penggunaan tenaga kerja tidak terampil dan /atau otomatisasi kegiatan ekonomi tradisional kemungkinan besar akan digantikan oleh tenaga kerja yang sangat terampil dan cakap yang sanggup mengelola dan memanfaatkan ilmu dan teknologi yang didapat dari oleh *industry* 4.0.

Indonesia menganut sistem ekonomi kerakyatan tentunya harus menjadi tiang fondasi Masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya, dari sini peran pemerintah cukup besar dalam peningkatan kesejahteraan rakyat, di mana pemerintah melibatkan rakyat sebagai sumber daya yang andal, dan memberikan peluang yang besar kepada koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Yang penting untuk dilakukan saat ini adalah transformasi UMKM dari *offline* ke *online*, sehingga UMKM bisa tetap berkembang dengan baik di era digitalisasi. Penggunaan internet dan memanfaatkan internet dengan baik akan mempertahankan tumbuh kembang usaha dimasa sekarang dan yang akan datang.

Digitalisasi bukan lagi sekedar tren teknologi, melainkan “jantung” baru dalam aktivitas ekonomi global. Pentingnya digitalisasi terletak pada kemampuannya untuk mendemokratisasi akses; di mana informasi dan pasar yang dulunya hanya dikuasai oleh pemain besar, kini bisa diakses oleh siapa saja dengan koneksi internet.

Secara sosial dan ekonomi, teknologi berperan sebagai katalisator perubahan. Ia mengubah cara Masyarakat berinteraksi (dari transaksi tunai ke digital) dan memangkas rantai distribusi yang Panjang. Hal ini memungkinkan efisiensi tinggi yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup Masyarakat luas melalui ekonomi yang lebih inklusif.

Transformasi Digital sebagai Peluang dan Tantangan

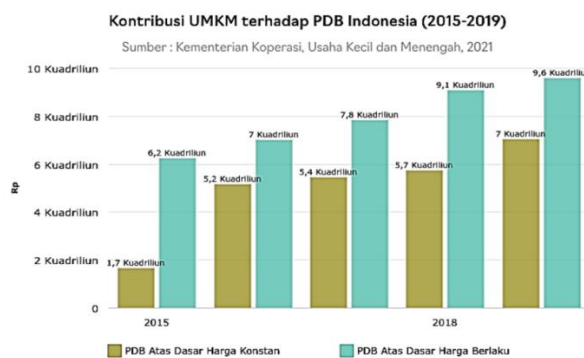
Bagi UMKM, transformasi digital adalah pedang bermata dua.

- a. Peluang: UMKM kini bisa melakukan ekspor tanpa harus memiliki kantor cabang di luar negeri. Pemasarannya melalui media sosial dan platform *e-commerce* memberikan peluang “naik kelas” secara instan.
- b. Tantangan: Masalah utamanya adalah literasi digital yang masih rendah, infrastruktur internet yang belum merata di pelosok, serta ancaman keamanan data.
- c. Strategi: Untuk mengatasi ini, diperlukan sinergi antara edukasi digital yang masih dari pemerintah dan penyediaan platform digital yang ramah bagi pelaku usaha kecil (*user-friendly*)

UMKM sebagai Tulang Punggung Ekonomi Nasional

Ekonomi kerakyatan dalam peran strategisnya memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian di Indonesia. Keterlibatan pemerintah dalam membantu ekonomi rakyat melahirkan istilah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dibukakan bantuan permodalan, antara lain KUR (Kredit Untuk Rakyat). Sangat mengesankan betapa besar peran UMKM dalam memberikan lapangan pekerjaan kepada Masyarakat. Peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam menyediakan lapangan pekerjaan.

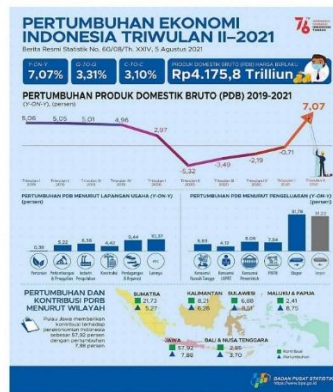
Dari data yang didapat, bisa dilihat bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB dari tahun ke tahun terus meningkat. Kenaikan akan peran UMKM terhadap PDB dapat kita amati pada gambar berikut.



Gambar 2. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia (2015-2019).

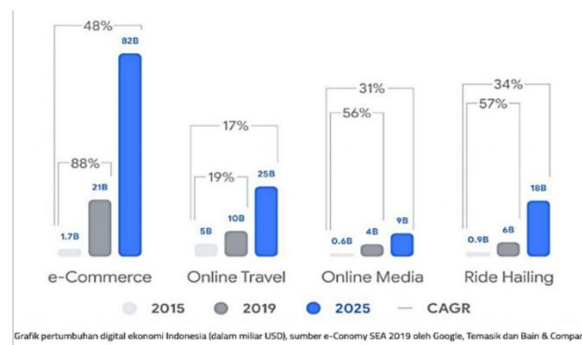
Grafik di atas menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia terus meningkat dari tahun 2015-2019. Baik berdasarkan harga konstan (riil) maupun harga berlaku (nominal), nilainya mengalami kenaikan setiap tahun. Pada 2015 kontribusi masih relatif lebih rendah, kemudian meningkat secara konsisten hingga mencapai titik tertinggi pada 2019, yaitu 7 kuadriliun rupiah (harga konstan) dan 9,6 kuadriliun rupiah (harga berlaku).

Nilai strategis ekonomi digital telah muncul di semua domainnya, terutama Ketika krisis pandemi COVID-19 melanda hampir semua negara dan mengubah mekanisme layanan dan perilaku konsumen. Ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan tumbuh delapan kali lipat pada tahun 2030. *E-commerce* memainkan peran paling besar, dengan kata lain setara dengan 34% atau Rp 1.900 triliun, B2B (*business-to-business*) setara dengan 13% atau Rp763 triliun pada 2030, dan *healthtech* akan mencapai Rp471,6 triliun atau sama dengan 8% dari Tingkat pertumbuhan. Produk domestik bruto (PDB) Indonesia akan meningkat dari Rp15.400 triliun menjadi Rp24.00 triliun pada tahun 2030.



Gambar 3. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Truwulan II-2021.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik di jelaskan bahwa Pada triwulan II tahun 2021, perekonomian Indonesia mencapai Rp 4.175,8 triliun atas dasar harga berlaku dan Rp 2.772,8 triliun atas dasar harga konstan tahun 2010.



Gambar 4. Grafik Pertumbuhan Digital Ekonomi Indonesia (dalam Miliar USD).

Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia didorong oleh industri *e-commerce*, media online, transportasi online, pariwisata, dan layanan keuangan digital. Dalam empat tahun, *e-commerce* telah tumbuh 12 kali lipat dan lalu lintas online tumbuh 6 kali lipat. Perbedaan aktivitas ekonomi digital perkotaan dan non-perkotaan menjadi tantangan bagi perkembangan ekonomi digital Indonesia.

Kesenjangan terkait kinerja lembaga keuangan, literasi internet, sarana prasarana daerah, serta aspek infrastruktur dan sumber daya manusia menjadi tantangan bagi pengembang digital ekonomi di Indonesia.

Seperti yang terlihat dari data di atas, *e-commerce* merupakan penggerak utama ekonomi digital Indonesia. Di era ini, orang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi membeli dan menjual barang dan jasa melalui internet, yang dikenal sebagai *e-commerce*. Fenomena *e-commerce* menawarkan kepada Masyarakat cara berbelanja yang berbeda tanpa harus datang langsung ke toko. Publikasi ini memaparkan dan menjelaskan potensi dan pertumbuhan Perusahaan *e-commerce*, seperti jumlah bisnis *e-commerce*, nilai transaksi,

jumlah karyawan, jenis barang/jasa yang dijual, media yang digunakan, cara penyampaian produk/jasa, dan mengapa mereka tidak menjual secara *online*.



Gambar 5. Aktivitas *E-commerce* Indonesia 2020.

Transaksi *e-commerce* menjadi semakin bernilai karena Indonesia memiliki 338,2 juta pelanggan seluler, 175,4 juta pengguna internet, dan 160 juta pengguna media sosial aktif. Data Bank Indonesia menunjukkan transaksi *e-commerce* naik menjadi 140 juta pada Agustus 2020. Di era pandemi Covid-19, tren digital di Indonesia semakin cepat seiring dengan perubahan sikap masyarakat. Adopsi digital di Indonesia meningkat pesat dan terus mendongkrak aktivitas transaksi digital di *event-event* komunitas, percepatan di era pandemi Covid-19. Sejak pandemi, pergerakan masyarakat beralih dari rutinitas ke online, termasuk melakukan transaksi seperti belanja, dan dampak dari pembatasan pergerakan adalah menurunkan jumlah kasus Covid-19. Di sinilah aktivitas *e-commerce* meningkat. Inisiatif 'UMKM Go Online' ini merupakan salah satu cara pemerintah memanfaatkan internet untuk melakukan yang positif dan memberdayakan Masyarakat. Merupakan fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi dan memiliki karakteristik ruang-ruang cerdas seperti informasi.

Industri TIK, aktivitas *e-commerce*, dan penjualan barang dan jasa digital telah diidentifikasi untuk pertama kalinya sebagai komponen ekonomi digital. Berbicara tentang ekonomi digital berarti berbicara tentang peluang bisnis dan lapangan kerja baru, memperluas pasar, membawa produsen ke konsumen, mendukung konversi produk menjadi layanan, dan memberikan layanan yang lebih efisien. Pada saat yang sama, ekonomi digital juga berarti pengembangan sistem ekonomi sirkular yang diharapkan dapat berperan dalam menciptakan kelestarian lingkungan.

Konsep Ekonomi Kerakyatan dalam Konteks Konstitusi Indonesia

Ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada kekuatan rakyat sebagai pilar utamanya. Ekonomi kerakyatan menekankan pada prinsip keadilan, pemerataan, dan partisipasi Masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Sistem ini berlandaskan pada nilai-nilai

Pancasila dan Pasal 33 UUD 1945 yang menempatkan kesejahteraan rakyat sebagai tujuan utama pembangunan ekonomi (Hosein, 2026).

- a. Definisi: Produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat.
- b. Hubungan Konstitusi: Hal ini berarti kekayaan alam dan cabang produksi penting harus dikuasai negara untuk kemakmuran rakyat, bukan individu.

Implementasi: contoh nyatanya adalah penguatan koperasi berbasis digital dan kebijakan yang membatasi monopoli korporasi besar agar pedagang pasar tradisional tetap bisa hidup berdampingan di era modern.

Studi Kasus: Transformasi Teknologi di UMKM

Kasus Sukses UMKM yang Mengadopsi Teknologi

Keberhasilan transformasi digital pada UMKM sering kali dimulai dari keberanian pelaku usaha dalam mengubah model bisnis konvensional menjadi berbasis digital. Transformasi ini tidak hanya sebatas memindahkan aktivitas penjualan ke platform online, tetapi juga mencakup pemanfaatan teknologi untuk pengambilan Keputusan berbasis data (Kurniawati et al., 2021; Persada et al., 2025).

- a. Profil Kasus: Contoh nyata dapat dilihat pada pengrajin Sepatu lokal di Bandung, pelaku usaha keripik di Malang, serta brand seperti Kopi Kenangan. Keberhasilan mereka tidak hanya karena kehadiran di *marketplace*, tetapi juga karena kemampuan memanfaatkan analisis data sederhana untuk mengidentifikasi preferensi konsumen dan menentukan strategi pemasaran yang tepat (Wirdiyanti et al., 2023; Kawung et al., 2022). Dapat disimpulkan bahwa mereka yang sukses adalah yang tidak hanya memindahkan toko ke *marketplace*, tetapi juga memanfaatkan analisis data sederhana untuk mengetahui produk mana yang paling laku dan kapan waktu terbaik untuk beriklan.
- b. Faktor Keberhasilan: Faktor utama keberhasilan transformasi digital UMKM adalah adaptabilitas. Pelaku UMKM yang sukses memiliki pola pikir/keterbukaan mental (*growth mindset*), konsistensi dalam menjaga kualitas konten digital, dan respon cepat terhadap interaksi pelanggan di ranah digital (Sitorus et al., 2024; Mauliansyah & Anam, 2024).

Dampak Sosial dan Ekonomi

Transformasi digital pada UMKM di tingkat akar rumput memberikan dampak sosial dan ekonomi yang signifikan. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga menciptakan efek domino terhadap kesejahteraan Masyarakat sekitar (Anatan & Nur, 2023).

- a. Kesejahteraan Lokal: Ketika suatu UMKM di sebuah desa sukses “Go Digital”, ia cenderung menyerap tenaga kerja dari tetangga sekitar-mulai dari admin media sosial, pengemas paket, hingga kurir lokal. Ini menghidupkan ekonomi sirkular di desa tersebut (Herdiyeni et al., 2026).
- b. Perubahan Pola Produksi dan Konsumsi: Digitalisasi juga mendorong perubahan dari produksi massal menuju produksi berbasis permintaan (*on-demand*). Konsumen kini lebih menghargai produk lokal yang memiliki nilai cerita (*storytelling*) yang disampaikan melalui media digital (Santoso & Laksniyunita, 2025). Dapat di simpulkan bahwa terjadi pergeseran dari produksi massal yang spekulatif menjadi produksi berbasis permintaan. Kini konsumen lebih memilih produk lokal yang memiliki narasi atau cerita di balik pembuatannya, yang disampaikan melalui *storytelling* digital.

Pembelajaran dari Kegagalan

Tidak semua proses transformasi digital UMKM berjalan sukses. Kegagalan menjadi bagian penting yang memberikan pembelajaran strategis dalam pengembangan bisnis berbasis teknologi.

- a. Studi Kasus Kegagalan: Banyak UMKM mengalami kegagalan karena terjebak dalam tren digital tanpa strategi yang matang. Misalnya, pelaku usaha yang mengalokasikan modal besar untuk stok produk mengikuti tren media sosial, namun tidak diimbangi dengan manajemen arus kas dan strategi pemasaran yang berkelanjutan (Kartiwi, 2006; Liemansyaputri & Sarwoko, 2025). Banyak UMKM gagal karena terjebak dalam fenomena “ikut-ikutan” tanpa strategi. Misalnya, menginvestasikan modal besar untuk stok barang demi mengejar tren di media sosial, namun abai pada manajemen arus kas (*cash flow*) atau layanan purna jual.
- b. Pelajaran Berharga: Kegagalan transformasi digital umumnya disebabkan oleh rendahnya literasi digital dan ketidaksiapan sistem internal usaha. Digitalisasi yang tidak diiringi dengan penguatan manajemen internal justru dapat mempercepat kegagalan usaha (Hidayah, 2025). Kegagalan biasanya berakar pada kurangnya literasi teknis dan ketidaksiapan infrastruktur internal. Digitalisasi tanpa perbaikan manajemen internal hanyalah “mempercepat kehancuran”. Pelajaran pentingnya adalah: Digitalisasi adalah alat, bukan tujuan akhir. Mulailah dari langkah kecil yang berkelanjutan daripada lompatan besar yang tidak terukur.

Penting untuk dipahami bahwa digitalisasi merupakan alat, bukan tujuan akhir. UMKM disarankan untuk melakukan transformasi secara bertahap dan berkelanjutan, dimulai dari skala kecil namun terukur (Anggraeni et al., 2026).

Kebijakan dan Regulasi untuk Mendukung Ekonomi Kerakyatan

Kebijakan Pemerintah

Pemerintah tidak lagi hanya berperan sebagai pengawas, tetapi juga sebagai akselerator dalam transformasi digital UMKM. Transformasi digital UMKM menjadi agenda prioritas nasional, sebagaimana tercermin dalam peta jalan *Making Indonesia 4.0* yang menekankan pentingnya digitalisasi sektor industri dan UMKM (Kementerian Perindustrian, 2018; Schwab, 2026).

Kebijakan seperti bantuan subsidi bunga KUR (Kredit Usaha Rakyat) digital dan program “Bangga Buatan Indonesia” (BBI) menjadi mesin pendorong utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, pemerintah mendorong UMKM untuk masuk ke dalam ekosistem pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui e-Katalog LKPP, sehingga membuka akses pasar yang lebih luas dan pasti bagi produk lokal (OECD, 2021; World Bank, 2021).

Di sisi lain, pembangunan infrastruktur digital seperti Palapa Ring merupakan langkah strategis dalam menciptakan pemerataan akses internet di seluruh wilayah Indonesia. Infrastruktur ini memungkinkan UMKM di daerah terpencil memiliki peluang yang sama dengan pelaku usaha di perkotaan dalam mengakses pasar digital (Statistika, 2022). Dapat di ambil kesimpulan bahwa pembangunan infrastruktur tulang punggung internet (Palapa Ring) adalah Upaya menciptakan keadilan akses digital dari Sabang sampai Merauke, Sehingga UMKM di pelosok memiliki peluang yang sama dengan yang di Jakarta.

Regulasi dan Perlindungan

Di era ekonomi digital, tantangan yang dihadapi UMKM tidak hanya berasal dari persaingan pasar, tetapi juga dari aspek legalitas dan keamanan data. Oleh karena itu, regulasi menjadi instrumen penting dalam menciptakan ekosistem usaha yang adil dan aman.

Perlindungan terhadap UMKM sangat krusial untuk mencegah praktik predator (seperti *predatory pricing*) yang bisa mematikan usaha lokal. Regulasi juga berfungsi untuk menciptakan level bermain yang setara (*level playing field*) antara perusahaan besar dan UMKM dalam ekosistem digital (OECD, 2021).

Salah satu regulasi penting adalah Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan UMKM. Selain itu, regulasi mengenai Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) menjadi landasan hukum yang penting untuk menjamin keamanan data dalam transaksi digital, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap ekonomi digital (Ernama et al., 2017; OECD, 2021).

Kolaborasi antara Sektor Publik dan Swasta

Transformasi digital UMKM tidak dapat dilakukan oleh pemerintah saja. Kolaborasi antara sektor publik dan swasta menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Perusahaan teknologi besar (*Big Tech*) dan *startup* memiliki peran penting dalam menyediakan platform digital yang memudahkan UMKM untuk masuk ke pasar online. Banyak Perusahaan swasta juga menyediakan program penelitian, *onboarding* digital, serta literasi keuangan bagi pelaku UMKM secara gratis (Omarini, 2018; Yusof & Rahman, 2020).

Peran Swasta, banyak perusahaan swasta menyediakan platform *onboarding* yang membantu UMKM belajar cara berjualan *online*, manajemen stok, hingga literasi keuangan secara gratis.

Selain itu, Inisiatif Kolaboratif antara pemerintah dan *marketplace* besar telah membantu UMKM dalam kurasi produk agar memenuhi standar ekspor. Sinergi ini dikenal sebagai model G2B (*Government to Business*) yang secara langsung mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat (World Bank, 2021).

Masa Depan Ekonomi Kerakyatan di Era Digital

Tren Teknologi yang Mempengaruhi Ekonomi Kerakyatan

Masa depan bukan lagi soal “masuk ke internet”, melainkan bagaimana teknologi cerdas bekerja untuk kita.

- a. **Prediksi Teknologi:** Tren seperti Kecerdasan Buatan (AI) yang lebih personal akan membantu UMKM mengotomatisasi layanan pelanggan melalui *chatbot* yang sangat manusiawi. Teknologi *Blockchain* juga diprediksi akan merevolusi transparansi rantai pasok produk lokal (misal: konsumen bisa melacak asal biji kopi langsung dari petani secara akurat).
- b. **Potensi Dampak:** Jika dimanfaatkan dengan benar, teknologi ini akan menghilangkan inefisiensi. UMKM tidak lagi butuh tim besar untuk melakukan riset pasar karena AI bisa memberikan analisis tren secara instan. Ini adalah peluang besar untuk “lompat katak” (*leapfrogging*) bagi pengusaha kecil.

Strategi untuk Membangun Ketahanan Ekonomi

Ketahanan (*resilience*) Adalah kunci agar ekonomi rakyat tidak ambruk saat terjadi disrupsi atau krisis di masa depan.

- a. **Meningkatkan Daya Saing:** UMKM harus mulai bergeser dari sekedar “penjual” menjadi “pemilik merek” yang memiliki narasi kuat. Strategi *omnichannel*-hadir di toko fisik

sekaligus berbagai platform digital-menjadi wajib agar tidak bergantung pada satu pintu saja.

- b. Inovasi Berkelanjutan: Adaptasi bukan dilakukan sekali saja, melainkan menjadi proses terus-menerus. UMKM yang tahan banting adalah mereka yang melek data, berani bereksperimen dengan produk baru berdasarkan keinginan pasar, dan selalu menjaga hubungan personal dengan pelanggan di Tengah otomatisasi teknologi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Digitalisasi adalah titik balik yang memberikan “kekuatan super” baru bagi ekonomi kerakyatan jika dikelola dengan bijak. Ringkasan temuan, kita telah melihat bahwa teknologi informasi, dukungan regulasi (seperti Pasal 33 UUD 1945 yang dikontekstualisasikan), dan kolaborasi ekosistem adalah pilar utama. UMKM terbukti menjadi tulang punggung yang paling lentur, namun mereka membutuhkan pendampingan, bukan hanya sekedar pemberian alat. Rekomendasi bagi pemangku kepentingan: (1) Pemerintah: Harus mempercepat pemerataan infrastruktur digital dan menciptakan regulasi yang lebih protektif terhadap gempuran barang impor murah di *marketplace*. (2) Sektor Swasta: Diharapkan terus membuka akses teknologi dan pelatihan yang inklusif bagi UMKM di daerah tertinggal. (3) Akademisi/Masyarakat: Perlu terus mengawali literasi digital agar Masyarakat tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga produsen yang berdaya.

DAFTAR REFERENSI

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6).
- Anggraeni, L., Zulgani, Z., Hodijah, S., & Umiyati, E. (2026). MSME growth and digital transformation in Indonesia. *Economies*.
- Audrine, P., & Murwani, A. (2021). Menciptakan kondisi yang mendukung ekonomi digital: Studi kasus dari Indonesia.
- Barrett, B. F., DeWit, A., & Yarime, M. (2021). Japanese smart cities and communities: Integrating technological and institutional innovation for *Society 5.0*. In *Smart Cities for Technological and Social Innovation* (pp. 73-94). Academic Press.
- Cahyono, B. P., Sohirin, S., & Al-Asfahani, N. Z. (2023). Implementasi digitalisasi koperasi sebagai penguatan ekonomi kerakyatan di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*.
- Detikfinance. (2025). UMKM sumbang 61% PDB, kini didorong lebih inklusif & kompetitif. *Detik Finance*.
- Devezas, et al. (2017). Industri kreatif, fintech dan UMKM dalam era digital. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Gedung Nusantara I Lt. 2*.

- Ernama, Budiharto, & Hendro, S. (2017). Pengawasan otoritas jasa keuangan terhadap financial technology (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016). *Diponegoro Law Journal*, 6(3).
- Eugenia Omarini, A. (2018). Peer-to-peer lending: Business model analysis and the platform dilemma. *International Journal of Finance, Economics and Trade*, 2(3).
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). e-Conomy SEA 2022: Through the waves, towards a sea of opportunity.
- Herdiyeni, Y., Juanda, B., & Zhafira, N. (2026). Machine-learning-based assessment of MSME digital transformation. *International Journal*.
- Hidayah, N. (2025). The influence of digitalization on MSME growth. *SSRN Electronic Journal*.
- Hosein, Z. A. (2016). Peran negara dalam pengembangan sistem ekonomi kerakyatan menurut UUD 1945. *Jurnal Hukum*. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol23.iss3.art8>
- Kartiwi, M. (2006). Case studies of e-commerce adoption in Indonesian SMEs. *Australasian Journal of Information Systems*. <https://doi.org/10.3127/ajis.v14i1.8>
- Kawung, G. M. V., Mintardjo, C. M. O., & Rompas, W. F. I. (2022). Digital technology transformation of SMEs: Indonesian case study.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). *Making Indonesia 4.0: Strategi RI Memasuki Revolusi Industri 4.0*.
- Kurniawati, E., Idris, I., & Handayati, P. (2021). Digital transformation of MSMEs in Indonesia during the pandemic.
- Liemansyaputri, S., & Sarwoko, E. (2025). Digital transformation of MSMEs using e-commerce platforms. *Eduvest Journal*. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i9.51131>
- LinkUMKM. (2022). Sumbang 6,97% ke PDB, UMKM, serap 97% tenaga kerja. *Link UMKM*.
- Liputan6. (2024). Kontribusi UMKM ke PDB Indonesia tembus Rp 9.580 triliun. *Liputan6*.
- Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri K-4. (2018). *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.
- Mauliansyah, H., & Anam, B. S. (2024). Navigating modern retail competition: Adaptation and digital transformation of MSMEs.
- Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). Pengaruh digitalisasi pada peningkatan efisiensi operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia tahun 2023. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(1), 100-108.
- Nurlinda. (2020). Potensi UMKM dalam menyangga perekonomian kerakyatan di masa pandemic Covid-19. *Prosiding Seminar Akademik Tahun Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. ISBN 978-602-53460-5-7
- Omarini, A. (2018). Peer-to-peer lending: Business model analysis and the platform dilemma. *International Journal of Finance, Economics and Trade*, 2(3).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). *Digital Transformation of SMEs: Barriers and Policy Interventions*. Paris: OECD Publishing.
- Persada, A. R., Mulyadi, H., & Mahri, A. J. W. (2025). Digital transformation and SME performance in Indonesia.

- Rahman, M. A. (2024). Peningkatan kapasitas artificial intelligence dengan pelatihan pemanfaatan AI oleh Kemenkominfo. *Khidmat: Journal of Community Service*, 1(3), 127-141. <https://doi.org/10.31629/khidmat.v1i3.7034>
- Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *Jubisdigi: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52-59.
- Salvasani, A., & Kholil, M. (2020). Penanganan terhadap financial technology peer-to-peer lending ilegal melalui otoritas jasa keuangan (studi pada OJK Jakarta Pusat). *Jurnal Privat Law*, 8(2), 252-259. <https://doi.org/10.20961/privat.v8i2.48417>
- Santoso, C. B., & Laksniyunita, W. (2025). Digital transformation strategy for MSMEs competitiveness.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Senduk, F. F. W. (2022). Peran ekonomi kerakyatan. *Eksistensi Ekon. Kerakyatan di Indonesia*, 1, 97.
- Sitorus, S. A., Simanjuntak, S. I. R., & Sipayung, L. D. (2024). Digital transformation of small businesses in Indonesia.
- Statista Research Department. (2022). *Digital Economy in Southeast Asia: Growth and Opportunities*.
- Thahir, I. M. C., Mustanir, A., Syarifuddin, H., Said, S., Syarifuddin, R. N., AR, T., ... & Thamrin, N. T. (2025). *Bunga Rampai Lumbung Digital Pilar Keberlanjutan UMKM dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal*. CV Eureka Media Aksara.
- Wirdiyanti, R., Yusgiantoro, I., & Sugiarto, A. (2023). Impact of e-commerce adoption on MSME performance. *Electronic Commerce Research*.
- World Bank. (2021). *Digital Economy for Indonesia: Unlocking the Potential of the Digital Economy*.
- Yusof, N., & Rahman, M. (2020). Challenges and strategies for SMEs in adopting digital transformation. *International Journal of Business Management*, 15(2), 75-89.