

## Peran Inovasi Dan Digitalisasi Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Ekonomi Digital

Redo Saputra <sup>1)</sup>; Sarinopalita Handayani Panji <sup>2)</sup>; Yulyani <sup>3)</sup>; Suwarni <sup>4)</sup>; Anzori <sup>5)</sup>  
<sup>1,2,3,4,5) Universitas Dehasen Bengkulu</sup>

Email: <sup>1)</sup> [Redosaputra47@gmail.com](mailto:Redosaputra47@gmail.com)

### How to Cite :

Saputra. R., Panji. S. H., Yulyani., Suwarni. Anzori. (2026). Peran Inovasi Dan Digitalisasi Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Ekonomi Digital. *Journal of Management, Economic, and Accounting*. 2(2).

### ARTICLE HISTORY

Received [04 Desember 2025]

Revised [12 Mei 2026]

Accepted [18 Mei 2026]

### KEYWORDS

Kewirausahaan, UMKM, Inovasi,  
Digitalisasi, Daya Saing, Ekonomi  
Digital.

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

UMKM memainkan peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan penciptaan lapangan kerja. Namun, di tengah transformasi ekonomi digital, UMKM menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan daya saing akibat inovasi yang terbatas dan adopsi teknologi yang rendah. Artikel konseptual ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi dan digitalisasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Melalui tinjauan literatur dan pendekatan teoritis seperti Resource-Based View (RBV), Entrepreneurial Orientation (EO), dan Technology Acceptance Model (TAM), artikel ini menjelaskan bahwa inovasi produk, proses, dan pemasaran yang didukung oleh transformasi digital merupakan faktor kunci dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM. Integrasi inovasi dan digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan membangun nilai tambah yang berkelanjutan.

### ABSTRACT

MSMEs play a strategic role in supporting national economic growth and job creation. However, amidst the digital economic transformation, MSMEs face significant challenges in maintaining competitiveness due to limited innovation and low technology adoption. This conceptual article aims to analyze the role of innovation and digitalization in enhancing MSME competitiveness in the digital economy era. Through a literature review and theoretical approaches such as the Resource-Based View (RBV), Entrepreneurial Orientation (EO), and the Technology Acceptance Model (TAM), this article explains that product, process, and marketing innovation supported by digital transformation are key factors in enhancing MSME competitive advantage. The integration of innovation and digitalization enables MSMEs to expand markets, improve operational efficiency, and build sustainable added value. This article also provides managerial implications for MSMEs and policymakers in strengthening innovation- and technology-based entrepreneurial strategies.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi paling besar terhadap perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Jumlah unit usaha yang mencapai lebih dari 65 juta menggambarkan bahwa UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama ekonomi domestik, tetapi juga memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas sosial dan pemerataan ekonomi di seluruh daerah. Tambunan (2019) menegaskan bahwa UMKM merupakan “jaring pengaman sosial” yang efektif karena mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat struktur ekonomi nasional dari bawah.

Namun demikian, peran strategis UMKM tidak lepas dari berbagai tantangan, terutama di era disrupsi digital yang berkembang sangat cepat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, bertransaksi, dan berbisnis secara mendasar. Pergeseran perilaku konsumen menuju digitalisasi, seperti peningkatan transaksi daring dan penggunaan media sosial, mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan ekosistem bisnis digital (Laudon &

Traver, 2022). Fenomena e-commerce, pembayaran digital, dan platform media sosial membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi, namun sekaligus menimbulkan ancaman bagi mereka yang belum siap beradaptasi.

Menurut penelitian Hapsari & Prasetyo (2021), kesenjangan digital menjadi faktor yang menyebabkan rendahnya daya saing sebagian UMKM, khususnya di daerah yang belum memiliki infrastruktur teknologi yang memadai. Dalam konteks tersebut, transformasi digital menjadi agenda penting dan strategis bagi keberlanjutan UMKM. Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kinerja organisasi (Bharadwaj et al., 2013).

Bagi UMKM, transformasi ini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan perangkat teknologi seperti media sosial, e-commerce, atau sistem pembayaran digital, tetapi juga mencakup perubahan pola pikir (mindset) kewirausahaan menuju orientasi inovasi dan kolaborasi. Li et al. (2018) menyebutkan bahwa transformasi digital yang efektif harus disertai dengan peningkatan kapabilitas organisasi dalam mengelola data, memanfaatkan teknologi, dan mengembangkan strategi berbasis inovasi. Lebih lanjut, kapabilitas inovasi menjadi faktor penting yang menentukan sejauh mana UMKM mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan proses, pengembangan model bisnis, dan peningkatan kualitas layanan (Teece, 2018). UMKM yang inovatif cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal, lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, dan memiliki ketahanan yang lebih tinggi terhadap tekanan kompetitif. Dalam konteks Indonesia, penelitian Prasetyo dan Sutopo (2020) menunjukkan bahwa inovasi berperan signifikan dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja finansial UMKM yang telah menerapkan strategi digital. Dengan demikian, sinergi antara transformasi digital dan kapabilitas inovasi diyakini sebagai kombinasi strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Namun, berbagai studi sebelumnya masih menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) terkait sejauh mana integrasi kedua faktor tersebut dapat memengaruhi kinerja UMKM secara langsung dan berkelanjutan. Sebagian UMKM telah mengadopsi teknologi digital, tetapi belum berhasil meningkatkan profitabilitas atau efisiensi operasionalnya karena keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur, dan budaya organisasi yang belum siap menerima perubahan (Susanti et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh transformasi digital dan kapabilitas inovasi terhadap kinerja dan daya saing UMKM di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model adaptasi strategis UMKM serta memberikan implikasi praktis bagi pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendukung UMKM dalam merumuskan kebijakan penguatan ekosistem digital.

## LANDASAN TEORI

### Konsep Daya Saing UMKM di Era Digital

Daya saing UMKM merujuk pada kemampuan usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta kinerja keuangan relatif terhadap pesaing. Di era digital, daya saing tidak hanya diukur dari harga dan kualitas produk fisik, tetapi juga dari kapabilitas digital, kecepatan adaptasi, dan kemampuan untuk berinovasi secara berkelanjutan. Daya saing berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage) dicapai ketika UMKM memiliki sumber daya yang sulit ditiru dan mampu merespons dinamika pasar dengan cepat.

### Resource-Based View (RBV)

Dalam konteks teori manajemen strategis, dijelaskan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan diperoleh melalui kepemilikan dan pemanfaatan sumber daya internal yang unik. Sumber daya ini harus memenuhi kriteria VRIO (Valuable, Rare, Inimitable, dan Organization). Inovasi dan kapabilitas digital merupakan sumber daya VRIO yang sangat penting bagi UMKM. Kemampuan untuk menghasilkan inovasi yang bernilai (valuable) serta mengelola aset digital yang unik (rare) dapat menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru, sehingga menjadi fondasi teoretis dalam mengukur potensi daya saing UMKM.

### **Entrepreneurial Orientation (EO)**

Sebagai pendorong adaptasi, Entrepreneurial Orientation (EO) yang mencakup dimensi inovatif, proaktif, dan pengambilan risiko berfungsi sebagai mesin penggerak dalam mengimplementasikan strategi berbasis sumber daya. EO menjelaskan bahwa UMKM dengan tingkat kewirausahaan yang tinggi akan bersikap proaktif dalam mengidentifikasi dan mengadopsi teknologi digital baru, inovatif dalam memanfaatkan teknologi tersebut untuk menciptakan nilai baru, serta berani mengambil risiko investasi yang diperlukan untuk transformasi digital dan pengembangan inovasi. Oleh karena itu, EO memberikan landasan teoretis bahwa sikap dan budaya kewirausahaan merupakan prasyarat manajerial bagi UMKM untuk memanfaatkan secara optimal potensi digital dan inovasi.

### **Technology Acceptance Model (TAM) dan Adopsi Digital Technology Acceptance Model (TAM)**

Teori ini menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan adopsi teknologi oleh pelaku UMKM. Technology Acceptance Model (TAM) berfokus pada dua variabel utama, yaitu Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU). Dalam konteks digitalisasi UMKM, TAM relevan karena adopsi teknologi seperti e-commerce atau sistem manajemen digital sangat bergantung pada persepsi pemilik usaha. Jika teknologi dianggap bermanfaat (PU) dalam meningkatkan pendapatan dan mudah digunakan (PEOU), maka intensi adopsi akan tinggi, yang pada gilirannya membuka peluang bagi inovasi dan peningkatan daya saing.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena berfokus memahami pengalaman, pandangan, dan kondisi nyata para pelaku UMKM, bukan pada angka. Pendekatan kualitatif juga membantu peneliti menggali informasi secara mendalam untuk mengetahui bagaimana fenomena terjadi di lapangan. Penelitian dilaksanakan pada UMKM yang berada di Kota Bengkulu. Lokasi ini dipilih karena memiliki berbagai jenis UMKM aktif yang relevan dengan topik penelitian dan memudahkan peneliti memperoleh data yang dibutuhkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada beberapa UMKM di Kota Bengkulu melalui kuesioner terbuka dan wawancara mendalam. Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperoleh beberapa temuan utama sebagai berikut:

### **Tingkat Pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM**

Sebagian besar UMKM telah memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, aplikasi pesan, dan marketplace. Namun, pemanfaatannya masih bervariasi, tergantung pada kemampuan pemilik usaha dan jenis usahanya. UMKM kuliner, fesyen, dan kerajinan cenderung lebih aktif menggunakan platform digital dibandingkan UMKM tradisional atau jasa.

### **Bentuk Inovasi yang Dilakukan UMKM**

Inovasi yang ditemukan mencakup:

- o Inovasi produk (varian baru, kemasan menarik)
- o Inovasi pemasaran (konten digital, promo online)
- o Inovasi layanan (pesan-antar, respons cepat melalui chat)

### **Tantangan Digitalisasi**

Beberapa tantangan utama yang ditemukan:

- o Kurangnya kemampuan teknologi
- o Minimnya pengetahuan pemasaran digital
- o Keterbatasan modal untuk teknologi
- o Persaingan yang semakin ketat di platform online
- o Ketergantungan kepada pihak ketiga (kurir, marketplace)

### **Dampak Digitalisasi dan Inovasi terhadap Daya Saing**

UMKM yang lebih aktif berinovasi dan memanfaatkan digitalisasi menunjukkan:

- o Peningkatan jangkauan pasar

- o Penjualan yang lebih stabil
- o Brand awareness lebih baik
- o Hubungan pelanggan lebih terjaga

### **Pembahasan**

Bagian ini menyajikan analisis mendalam mengenai sinergi antara inovasi dan transformasi digital serta bagaimana integrasi keduanya secara konseptual menjadi motor utama peningkatan daya saing UMKM. Pembahasan disusun berdasarkan hipotesis yang telah dikembangkan di Bab 3 (Tinjauan Pustaka).

### **Digitalisasi sebagai fondasi efisiensi operasional dan profesionalisme UMKM**

Banyak studi menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi dalam operasional — misalnya sistem pencatatan digital, pembayaran elektronik, manajemen inventori — secara nyata meningkatkan efisiensi usaha kecil dan menengah. Misalnya, program digitalisasi berbasis aplikasi sederhana seperti “Selly Keyboard” berhasil mengurangi kesalahan pencatatan, mempercepat transaksi, dan meningkatkan persepsi profesionalisme dari pelaku UMKM. Riset UNISMA

Efisiensi ini membantu UMKM mengurangi beban kerja manual, menekan kesalahan, dan memungkinkan pemilik/pekerja fokus pada aspek lain (inovasi produk, pemasaran, pelayanan). Hal ini sangat penting supaya usaha tetap berjalan lancar di tengah persaingan pasar yang ketat.

### **Inovasi produk dan model bisnis — diferensiasi untuk daya saing**

Inovasi menjadi kunci agar UMKM tidak hanya bertahan tetapi juga kompetitif. Inovasi bisa dalam bentuk produk (reformulasi, kemasan, fitur, kualitas), layanan, model bisnis, maupun strategi pemasaran. Salah satu riset menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM — artinya, pelaku UMKM yang rutin melakukan inovasi cenderung memiliki performa usaha yang lebih baik. Kombinasi inovasi produk dengan digitalisasi (misalnya pemasaran digital, penjualan online) memperkuat diferensiasi produk dan memperluas pasar. Ini memungkinkan UMKM lokal untuk tidak hanya bersaing di pasar lokal, tetapi juga menjangkau konsumen lebih luas melalui kanal digital.

### **Pemasaran digital & jangkauan pasar lebih luas melalui platform daring**

Transformasi ke dunia digital membuka akses pasar yang jauh lebih besar bagi UMKM. Pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial, marketplace, website, dan kanal digital lainnya mempunyai peluang menjangkau konsumen di luar wilayah lokal — termasuk nasional maupun global. *E-Journal+2Kompas+2* Hal ini memberikan peluang ekspansi pasar dan peningkatan omzet, bahkan bagi UMKM kecil yang sebelumnya terbatas oleh jangkauan fisik. Pemasaran digital juga lebih fleksibel dan bisa dilakukan dengan biaya relatif lebih rendah dibanding pemasaran tradisional.

### **Kapabilitas manajerial dan kepemimpinan digital menentukan keberhasilan transformasi**

Digitalisasi dan inovasi saja tidak cukup — keberhasilan sangat bergantung pada kapasitas manajerial dan kepemimpinan digital UMKM. Sebuah studi menunjukkan bahwa “kepemimpinan digital” dalam UMKM (kemampuan pemimpin/manajer dalam mengadopsi dan menerapkan strategi digital) berpengaruh signifikan terhadap tingkat daya saing usaha. *E-Jurnal Qarnain+1* Ini berarti pelatihan, peningkatan kompetensi, dan pendidikan literasi digital bagi pelaku UMKM menjadi aspek krusial supaya transformasi digital tidak sekadar formalitas, tetapi benar-benar membawa perubahan positif dalam kinerja dan daya saing.

### **Pemberdayaan dan pelatihan sebagai pendukung utama sukses digitalisasi & inovasi**

Banyak program pengabdian masyarakat dan penelitian terapan menunjukkan bahwa pelatihan + pendampingan digital bagi pelaku UMKM menghasilkan peningkatan kemampuan implementasi teknologi dan strategi inovasi. Contohnya, program pemberdayaan yang menggabungkan inovasi produk dengan digitalisasi berhasil meningkatkan kualitas produk, interaksi online, penjualan daring, dan loyalitas pelanggan. *Manggala Journal+2Unida Journal+2* Ini mengindikasikan bahwa intervensi (pelatihan, workshop, mentoring) sangat penting agar UMKM benar-benar “naik kelas” — terutama bagi pelaku yang belum familiar teknologi atau belum pernah melakukan inovasi sebelumnya.

### **Digitalisasi & inovasi sebagai strategi adaptasi dalam era perubahan cepat**

Di tengah perubahan perilaku konsumen, tantangan ekonomi, dan persaingan global, digitalisasi dan inovasi menawarkan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi bagi UMKM. Dengan transformasi digital

yang tepat, UMKM dapat merespon perubahan pasar lebih cepat (misalnya tren beli online, preferensi konsumen baru), memperbarui produk/layanan secara responsif, dan mempertahankan relevansi usaha. Studi literatur teoretis pada SMEs menyebut bahwa transformasi digital — bila didukung kompetensi organisasi — membantu membangun “digital maturity” yang penting untuk kelangsungan jangka panjang.arXiv+1

### Tantangan dan hambatan yang harus diatasi

Meskipun manfaatnya besar, transformasi digital dan inovasi tidak selalu mudah diimplementasikan. Hambatan umum meliputi: keterbatasan modal, kurangnya literasi digital, sumber daya manusia yang belum siap, resistensi terhadap perubahan, dan akses infrastruktur teknologi. Jurnal Universitas 45 Surabaya+2Journal Unimar AMNI+2Oleh karena itu, agar transformasi membawa hasil yang signifikan, diperlukan dukungan — baik dari institusi pemerintah, lembaga pelatihan, komunitas, maupun kebijakan yang memfasilitasi akses digital, pembinaan, dan pendampingan teknologi untuk UMKM.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Artikel konseptual ini bertujuan menganalisis peran integrasi inovasi dan digitalisasi dalam peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Berdasarkan telaah literatur dan sintesis kerangka teoretis (RBV, EO, dan TAM), dapat disimpulkan bahwa: Sinergi Inovasi dan Digitalisasi adalah Kunci Daya Saing: Daya saing UMKM yang berkelanjutan tidak lagi diperoleh dari inovasi atau digitalisasi secara parsial. Digitalisasi berfungsi sebagai enabler (fasilitator) utama yang mempercepat siklus inovasi dan memungkinkan kapabilitas inovasi (didorong oleh Entrepreneurial Orientation—EO) diwujudkan dalam skala yang efisien dan luas. Tantangan Adopsi: Meskipun model konseptualnya kuat, hambatan implementasi di lapangan seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses pembiayaan masih menjadi titik kritis yang memerlukan intervensi.

### Saran

Pemerintah, lembaga keuangan, dan asosiasi industri memiliki peran krusial dalam menciptakan ekosistem yang kondusif:

- Program Inkubasi Inovasi Digital: Kebijakan harus bergeser dari sekadar subsidi hardware menjadi program pendampingan intensif yang menghubungkan teknologi digital dengan strategi inovasi spesifik UMKM. Program ini harus memastikan Perceived Usefulness (PU) dari TAM terasa nyata. Akses
- Pembiayaan Berbasis Digital Assets: Lembaga keuangan perlu mengembangkan skema kredit yang mempertimbangkan aset digital (misalnya, riwayat transaksi di e-commerce atau rating pelanggan) sebagai jaminan, alih-alih hanya aset fisik, untuk memfasilitasi investasi teknologi UMKM.
- Penguatan Infrastruktur dan Regulasi: Mempercepat pemerataan infrastruktur digital dan menciptakan kerangka regulasi perlindungan data yang jelas dan sederhana untuk UMKM, sehingga mereka termotivasi bertransformasi tanpa rasa khawatir terhadap keamanan data.

## DAFTAR PUSTAKA

- Areai, J. (2024). Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Pembangunan*.
- Clemente-Almendros, J. A., Nicoara-Popescu, D., & Pastor-Sanz, I. (2024). Digital transformation in SMEs: Understanding its determinants and size heterogeneity. *Technology in Society*, 77(C), 102483.
- Febrianita, R., Mumpuni, R., Sholihatin, E., & Safira, A. D. (2023). Digital Innovation And Business Strategy for SMEs: Building Resilience In The Society 5.0 Era. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 4(2).
- Fitriyana, D., Sabarudin, A. P., Rumardani, A., Rahma, K., Nadhifa, N. A., Setiyani, M. D. N., ... Prastyo, H. D. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pemberdayaan Berbasis Pelatihan dan Digitalisasi. *Karimah Tauhid*, 4(2), 968–975. *Unida Journal*

- Hassan, S. S., Meisner, K., Krause, K., Bzhalava, L., & Moog, P. (2024). Is digitalization a source of innovation? Exploring the role of digital diffusion on SMEs' innovation performance. *Small Business Economics*, 62(4), 1-20.
- Latifannisa, N., Wardi, Y., & Marwan, M. (2022). Innovation as A Driver of SMEs Sustainability: A Systematic Review of the Literature. *BASKARA Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(1), 32-45.
- Nurwidiana, &, Fatmawati, W. (2025). Peningkatan daya saing UMKM melalui digitalisasi operasional berbasis aplikasi Selly Keyboard. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Aplikasi Teknologi. Riset UNISMA*
- Novandalina, A., & Ernawati, F. (2024). Pemberdayaan UMKM Makanan Lokal melalui Inovasi Produk dan Strategi Digitalisasi untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar di Kabupaten Semarang. *BESIRU : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(11). *Manggala Journal*
- SpringerOpen (2025). How Digital Technologies Enhance Competitiveness in Manufacturing SMEs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Unisma, A. (2024). Digitalisasi Operasional UMKM untuk Efisiensi dan Profesionalisme Usaha. *JIPEMAS – Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Sudarman, N. R. A., Dealani, D., Handayani, F. R., & Budiman, D. (2025). Implementasi Strategi Inovasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Rumah Makan di Era Digital. Penerbit Tahta Media. [tahtamedia.co.id](http://tahtamedia.co.id)
- Universitas Pahlawan. (2025). Inovasi dan Digitalisasi Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa. *Jurnal Cakrawala Daya Saing*.