

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 3, Nomor 5, June 2025, P. 36-44

E-ISSN: 2986-6340

Licensed by CC BY-SA 4.0

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>

Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang

Mutiara Hapiz¹, Livia Pijar Septia², Dwi Aprilianti³, Dwi Aprilianto⁴, Isda Maulida⁵, Fadil Muhammad⁶, Amanda Shaafia⁷, Muhammad Hilman Maulana⁸, Dian Herdiana⁹

Program Studi S1 Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

email : ¹liviapijar55505@gmail.com, ²muhammad.hilman.m240604@gmail.com, ³isdamaulida203@gmail.com,

⁴mutiarahapiz9812@gmail.com, ⁵amandashaafia@gmail.com, ⁶dwiaprilianti44@gmail.com, ⁷apriliantodwi44@gmail.com,

⁸fadilmuhammad110006@gmail.com ⁹dianherdiana@uinsgd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji dinamika kebijakan pengembangan UMKM digital di Indonesia dengan berfokus pada dimensi tantangan dan peluang yang muncul dalam proses transformasi melalui pendekatan kualitatif deskriptif atau studi pustaka yang komprehensif. Hasil analisis menunjukkan esenjangan antara formulasi kebijakan dan realitas implementasi di tingkat operasional. Temuan utama menunjukkan bahwa meskipun pemerintah telah mencanangkan berbagai program strategis seperti UMKM Go Digital dan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, hambatan struktural berupa ketimpangan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan akses permodalan masih menjadi kendala signifikan dalam implementasi kebijakan. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan kerangka konseptual transformasi digital UMKM yang lebih inklusif dan berdampak nyata bagi peningkatan daya saing usaha kecil dalam ekonomi digital nasional.

Kata Kunci: *UMKM digital, transformasi digital, kebijakan publik, ekonomi digital.*

Abstract

This study examines the dynamics of digital Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) development policies in Indonesia by focusing on the dimensions of challenges and opportunities that arise in the transformation process through a descriptive qualitative approach or a comprehensive literature study. The results of the analysis show the gap between policy formulation and implementation reality at the operational level. The main findings show that although the government has launched various strategic programs such as MSMEs Go Digital and the National Movement Proud of Made in Indonesia, structural obstacles in the form of digital infrastructure inequality, low digital literacy, and limited access to capital are still significant obstacles in policy implementation. This study plays a crucial role in advancing the development of a conceptual framework for the digital transformation of MSMEs that is more inclusive and has a real impact on increasing the competitiveness of small businesses in the national digital economy.

Keywords : *digital SMEs, digital transformation, public policy, digital economy.*

Article Info

Received date: 15 May 2025

Revised date: 20 May 2025

Accepted date: 27 May 2025

PENDAHULUAN

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI (2024) menunjukkan bahwasannya dari 64,2 juta unit UMKM yang ada di Indonesia, hanya sekitar 19,5% yang telah memanfaatkan platform digital dalam pengembangan bisnisnya. Angka ini menggambarkan betapa masih panjangnya jalan transformasi digital yang harus ditempuh. Dalam proses menelaah berbagai dokumen kebijakan dan laporan evaluasi program pemerintah, ditemukan bahwa percepatan transformasi digital UMKM sebenarnya sudah menjadi agenda prioritas nasional. Peta Jalan Transformasi Digital Nasional yang dikeluarkan oleh Kementerian PPN/Bappenas (2021) secara eksplisit menyebutkan digitalisasi UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam strategi penguatan ekonomi digital Indonesia. Dokumen ini kemudian diterjemahkan ke dalam berbagai program operasional seperti UMKM Go Digital oleh Kementerian Kominfo dan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diprakarsai oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian bersama Kementerian Koperasi dan UKM.

Dari kajian sistematis terhadap laporan-laporan evaluasi yang diterbitkan oleh lembaga penelitian independen, kebijakan transformasi digital UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Studi komprehensif yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (2023) mengidentifikasi empat hambatan utama dalam implementasi kebijakan digitalisasi UMKM, yaitu kesenjangan infrastruktur digital antar wilayah, rendahnya tingkat literasi digital pelaku usaha, keterbatasan akses terhadap pembiayaan, serta kompleksitas regulasi yang belum harmonis. Temuan serupa juga diungkapkan dalam jurnal yang ditulis oleh Permadi dan Mayasari (2024) yang menyoroti kesenjangan digital yang semakin melebar antara UMKM di perkotaan dan perdesaan pasca pandemi COVID-19. Ketika mempelajari dokumen "Laporan Kajian Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia 2022-2023" yang dikeluarkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, ditemukan data menarik yang menunjukkan bahwa target pemerintah untuk mendorong 30 juta UMKM go digital pada tahun 2024 masih jauh dari pencapaian. Hingga akhir tahun 2023, tercatat baru 12,5 juta UMKM yang telah memanfaatkan platform digital. Gap ini menjadi bukti empiris adanya kesenjangan antara formulasi kebijakan dan implementasi di lapangan, sebuah fenomena klasik dalam studi kebijakan publik yang sering disebut sebagai "implementation gap". Di sisi lain, ketika menganalisis data statistik terkini yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terlihat bahwa ekosistem digital Indonesia sesungguhnya menyimpan potensi besar. Dengan penetrasi internet yang mencapai 77% dari total populasi dan nilai transaksi e-commerce yang menyentuh angka Rp 476 triliun pada tahun 2022, pasar digital Indonesia telah menjelma menjadi salah satu yang terkemuka di Asia Tenggara. Studi dari Bank Indonesia (2023) bahkan memprediksi bahwa ekonomi digital Indonesia akan mencapai nilai US\$ 130 miliar pada tahun 2025, sebuah proyeksi yang menggambarkan betapa besarnya peluang yang terbuka bagi pelaku UMKM yang berhasil bertransformasi secara digital.

Dalam buku "Inovasi Disruptif dan Transformasi UMKM di Era Digital", Kasali dan Lastiati (2023) membahas bagaimana teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis big data, dan Internet of Things dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing UMKM Indonesia di kancah global. Melalui studi kasus yang mereka kumpulkan, terlihat bahwa inovasi teknologi tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas, tetapi juga berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan menurunkan biaya produksi. Berdasarkan penelusuran terhadap dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, transformasi digital menjadi salah satu prioritas utama dalam visi Indonesia Maju. Strategi nasional ini diarahkan pada tiga fokus utama: pengembangan infrastruktur digital, peningkatan kapasitas SDM digital, dan percepatan transformasi ekonomi digital. Namun, dari analisis kritis terhadap laporan pemantauan dan evaluasi yang dikeluarkan oleh Kementerian PPN/Bappenas pada pertengahan periode RPJMN, terlihat bahwa implementasi kebijakan ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal koordinasi lintas kementerian dan penyelarasan program antara pemerintah pusat dan daerah.

Melalui telaah pustaka yang komprehensif terhadap berbagai literatur kebijakan publik dan studi ekonomi digital, penelitian ini berupaya menganalisis lebih mendalam dinamika kebijakan pengembangan UMKM digital di Indonesia. Tidak sekadar memetakan strategi transformasi digital pada tataran konseptual, tetapi juga mengkaji tantangan implementasi dan mengidentifikasi peluang pengembangan ekonomi digital yang lebih inklusif. Dengan memahami interaksi kompleks antara kebijakan, teknologi, dan realitas sosial-ekonomi melalui tinjauan literatur yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berarti bagi perumusan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif dan berpihak pada jutaan pelaku UMKM di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif atau studi pustaka untuk menjelaskan kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia. Pengumpulan data yang digunakan bersumber dari buku, artikel, jurnal, internet, dll. Deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang mengumpulkan informasi berupa data dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber online, untuk meneliti sebuah topik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya tingkat adopsi teknologi digital. Pemerintah Indonesia telah mengembangkan berbagai kebijakan untuk mendorong transformasi digital UMKM, yang dapat dikaji dari perspektif analisis kebijakan publik (Azzam, A. A., 2022). Kebijakan umum yang menjadi dasar pengembangan UMKM digital di Indonesia.

Kebijakan Umum dalam Pengembangan UMKM Digital di Indonesia

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-Undang ini menjadi landasan utama pengembangan UMKM di Indonesia. Dalam pasal-pasalanya, terutama Pasal 5 dan Pasal 7, pemerintah berkewajiban memberikan perlindungan, kemudahan, dan pemberdayaan kepada UMKM termasuk dalam pemanfaatan teknologi informasi. Meskipun UU ini disahkan sebelum gelombang transformasi digital, substansinya tetap relevan dalam konteks digitalisasi. Peraturan Presiden No. 17 Tahun 2023 tentang Percepatan Transformasi Digital dan Konektivitas Nasional. Kebijakan ini menjadi bentuk konkret komitmen pemerintah dalam mempercepat transformasi digital di berbagai sektor, termasuk UMKM. Dalam pasal 4 disebutkan bahwa pemerintah mendorong pelaku usaha untuk mengintegrasikan teknologi digital sebagai upaya peningkatan daya saing ekonomi nasional.

Strategi Nasional Ekonomi Digital (Stranas Ekodig). Stranas Ekodig yang diluncurkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menjadi kerangka kerja strategis dalam mendorong digitalisasi UMKM. Fokus utama kebijakan ini mencakup infrastruktur digital, literasi digital, dan ekosistem kewirausahaan digital.

Program Digitalisasi UMKM oleh KemenkopUKM dan Kominfo. Melalui inisiatif seperti UMKM Go Digital dan Gerakan Nasional Literasi Digital, pemerintah berupaya meningkatkan kapabilitas digital pelaku UMKM. Hingga 2023, sekitar 22 juta UMKM telah onboarding ke platform digital (e-commerce, media sosial, dan lainnya), meskipun masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi secara optimal.

UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) serta perubahannya dalam UU No. 19 Tahun 2016. UU ini mendasari keamanan dan legalitas transaksi digital, termasuk bagi UMKM yang beroperasi secara daring. Regulasi ini memberikan kepastian hukum bagi pelaku UMKM dalam melakukan transaksi elektronik, penyimpanan data, serta perlindungan konsumen.

Meskipun telah banyak kebijakan yang dikeluarkan, tantangan implementasi masih besar. Masalah utamanya meliputi keterbatasan literasi digital, akses terhadap infrastruktur internet (khususnya di daerah tertinggal), dan rendahnya dukungan pembiayaan digital. Pemerintah juga perlu menyelaraskan kebijakan antara pusat dan daerah agar implementasi pengembangan UMKM digital lebih terintegrasi dan tepat sasaran (Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiah, N., 2021).

Strategi Transformasi Digital UMKM di Indonesia

Transformasi digital merupakan proses mendasar dalam mentransformasi model bisnis UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi, inovasi, dan jangkauan pasar. Strategi yang diterapkan harus adaptif terhadap kondisi UMKM yang beragam, dari sisi ukuran, sektor, hingga lokasi geografis (Rakista, P. M & Karismatika, A. P., 2024). Berikut beberapa strategi:

Pertama, penyediaan Infrastruktur Digital. Strategi ini adalah untuk memperluas jaringan internet ke seluruh pelosok Indonesia melalui program seperti Palapa Ring. Infrastruktur menjadi dasar penting agar UMKM, khususnya di pedesaan dan daerah 3T, dapat mengakses dan memanfaatkan layanan digital.

Kedua, peningkatan Literasi Digital. Pemerintah melalui Kominfo dan BSSN menjalankan program literasi digital untuk membekali UMKM dengan pemahaman dasar-dasar digital seperti keamanan siber, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta penggunaan aplikasi POS (Point of Sales) dan CRM (Customer Relationship Management).

Ketiga, integrasi dengan Platform Digital dan E-commerce. Melalui kolaborasi dengan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya, pemerintah memfasilitasi UMKM agar dapat terhubung dengan ekosistem digital. Dikeluarkannya Sertifikasi UMKM Go Digital

menjadi langkah strategis untuk membangun kepercayaan konsumen dan pasar. Keempat, digitalisasi Pembiayaan dan Sistem Pembayaran. Strategi transformasi juga mencakup digitalisasi dalam pembiayaan melalui fintech dan layanan perbankan digital. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) kini diintegrasikan dengan sistem online yang mempermudah akses pembiayaan oleh UMKM. Bank Indonesia juga mendorong penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang mudah dan murah.

Kelima, regulasi dan insentif. Melalui regulasi seperti Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 3 Tahun 2021 tentang Pengembangan dan Perlindungan UMKM, pemerintah memberikan dorongan atau penghargaan kepada pelaku usaha yang menerapkan teknologi dalam usahanya. Penghargaan bisa berupa potongan pajak, subsidi pelatihan, hingga pendampingan transformasi digital.

Keenam, kolaborasi Multistakeholder. Transformasi digital tidak semata-mata menjadi kewajiban pemerintah, melainkan juga mengikutsertakan sektor swasta, akademisi, dan masyarakat sipil. Program seperti Startup 4 Industry dan 100 Smart City mengajak pelaku teknologi untuk menyediakan solusi digital yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

Strategi transformasi digital UMKM harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas masing-masing pelaku usaha. Model one-size-fits-all kurang efektif. Oleh karena itu, perlu pendekatan berbasis segmentasi (misalnya digitalisasi UMKM manufaktur berbeda dari kuliner atau jasa). Pemerintah juga perlu membangun sistem evaluasi berbasis data untuk menilai keberhasilan strategi ini dan menyesuaikannya secara berkala (Utomo, S. B., Pujowati, Y., & Utami, E. Y., 2024).

Tantangan dalam Pengembangan Ekonomi Digital

1. Kesenjangan Infrastruktur Digital

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan ekonomi digital, khususnya bagi UMKM di Indonesia, adalah kesenjangan infrastruktur digital antarwilayah. Meskipun penetrasi internet nasional terus meningkat, masih terdapat ketimpangan signifikan antara wilayah perkotaan dan pedesaan, terutama di Indonesia Timur. Ketersediaan akses internet cepat dan stabil menjadi prasyarat mutlak agar UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, transaksi, maupun pengelolaan usaha. Tanpa infrastruktur yang memadai, UMKM di wilayah terpinggirkan berisiko tertinggal dalam transformasi digital. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah harus fokus tidak hanya pada pembangunan infrastruktur fisik seperti Palapa Ring, tetapi juga pada pemerataan akses internet dan peningkatan kualitas jaringan hingga ke pelosok desa.

2. Literasi Digital yang Rendah

Tantangan kedua yang signifikan adalah rendahnya tingkat literasi digital pada sektor pelaku UMKM, terutama yang tergolong mikro atau kecil. Sejumlah pelaku UMKM yang belum memahami secara optimal bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang bisnis, seperti menggunakan e-commerce, digital marketing, atau aplikasi akuntansi berbasis cloud. Kebanyakan dari mereka masih beroperasi secara konvensional dan belum memiliki kesadaran akan potensi perluasan pasar melalui platform digital. Tanpa keterampilan dasar dalam menggunakan teknologi, pelaku UMKM sulit untuk beradaptasi dengan ekosistem ekonomi digital yang dinamis. Kebijakan pelatihan dan pendampingan yang intensif menjadi sangat penting agar pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas digitalnya.

3. Akses Terbatas terhadap Permodalan Digital

Dalam konteks ekonomi digital, akses permodalan menjadi tantangan klasik yang tetap relevan. Meski teknologi finansial (fintech) telah memperluas skema pembiayaan alternatif, tidak semua UMKM bisa memanfaatkan layanan tersebut. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki rekam jejak kredit yang terdigitalisasi atau tidak memenuhi persyaratan administratif fintech lending. Selain itu, kurangnya pemahaman terhadap produk-produk keuangan digital juga menjadi penghalang. Kebijakan yang mendorong inklusi keuangan digital, termasuk penyederhanaan akses dan edukasi produk keuangan digital bagi UMKM, sangat diperlukan untuk mengatasi hambatan ini. Tanpa akses modal yang cukup, UMKM kesulitan melakukan digitalisasi proses bisnis maupun memperluas skala usahanya.

4. Tingginya Persaingan di Pasar Digital

Ekonomi digital membuka akses pasar yang luas, namun sekaligus mempertemukan UMKM dengan kompetitor besar, baik dalam negeri maupun luar negeri. E-commerce yang bersifat terbuka memungkinkan produk luar negeri masuk dengan mudah, seringkali dengan harga yang kompetitif. UMKM lokal yang belum memiliki efisiensi produksi atau kapasitas skala besar berisiko kalah bersaing. Tantangan ini menuntut kebijakan perlindungan dan pemberdayaan UMKM agar tetap bisa eksis dalam pasar digital yang kompetitif. Misalnya, pemerintah perlu memberikan insentif bagi UMKM lokal, memperkuat branding produk dalam negeri, serta mengembangkan ekosistem digital yang adil dan berpihak pada pelaku usaha kecil.

5. Keamanan Data dan Kepercayaan Konsumen

Tantangan berikutnya adalah isu keamanan data dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan sistem keamanan siber yang memadai, sehingga mereka rentan terhadap serangan siber, pencurian data, maupun penipuan online. Kepercayaan konsumen sangat bergantung pada jaminan keamanan data pribadi dan keamanan transaksi. Oleh karena itu, kebijakan yang mendorong peningkatan keamanan siber di sektor UMKM, termasuk penyediaan panduan dan aplikasi pengamanan sederhana, sangat dibutuhkan. Selain itu, sosialisasi regulasi perlindungan data pribadi yang baru (UU PDP) harus dilakukan secara intensif agar pelaku UMKM memahami tanggung jawab dan kewajiban mereka.

6. Fragmentasi Ekosistem Digital

Ekosistem digital UMKM di Indonesia saat ini masih terfragmentasi. Banyak platform e-commerce, marketplace, fintech, dan layanan digital yang berjalan sendiri-sendiri tanpa integrasi yang baik. Hal ini menyulitkan UMKM dalam mengelola bisnis secara efisien karena harus beradaptasi dengan berbagai sistem dan prosedur yang berbeda-beda. Kebijakan yang mendorong integrasi antarplatform, interoperabilitas layanan digital, serta penciptaan ekosistem yang terhubung menjadi sangat penting. Misalnya, integrasi layanan pembayaran digital, logistik, dan marketplace dalam satu ekosistem yang ramah bagi UMKM dapat mempermudah pengelolaan bisnis dan mempercepat transformasi digital.

7. Regulasi yang Belum Adaptif

Perkembangan ekonomi digital yang sangat cepat seringkali tidak diimbangi oleh regulasi yang adaptif dan responsif. Banyak regulasi yang masih mengacu pada pola bisnis konvensional, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum dalam transaksi digital. Misalnya, aspek perpajakan, ketenagakerjaan digital, atau perlindungan konsumen dalam transaksi online masih menjadi area abu-abu yang sering membingungkan pelaku UMKM. Kebijakan hukum yang lebih fleksibel dan berorientasi pada kemudahan berusaha di era digital sangat diperlukan agar UMKM tidak terbebani oleh ketidakjelasan regulasi. Harmonisasi regulasi antara pusat dan daerah juga harus diperkuat agar implementasi kebijakan berjalan efektif.

8. Ketimpangan Kualitas SDM dan Inovasi

Transformasi digital menuntut pelaku UMKM memiliki keterampilan tidak hanya dalam teknologi dasar, tetapi juga dalam inovasi produk dan layanan. Sayangnya, ketimpangan kualitas sumber daya manusia (SDM) menjadi kendala serius. Sebagian besar pelaku UMKM masih kesulitan mendapatkan akses ke pelatihan inovasi, desain produk, atau pengembangan bisnis digital yang mutakhir. Tanpa inovasi, produk UMKM sulit bersaing dalam pasar yang cepat berubah. Kebijakan yang mendorong kolaborasi antara UMKM, perguruan tinggi, dan pusat inovasi (innovation hub) perlu diperluas untuk membangun kapasitas inovatif pelaku usaha kecil.

9. Kurangnya Pendampingan Berkelanjutan

Program digitalisasi UMKM seringkali bersifat sporadis dan tidak berkelanjutan. Pelatihan atau sosialisasi yang bersifat satu kali saja tidak cukup untuk memastikan UMKM mampu bertransformasi digital secara mandiri. Banyak pelaku usaha membutuhkan pendampingan intensif dan berkelanjutan, terutama dalam tahap implementasi teknologi

dalam operasional bisnis sehari-hari. Kebijakan yang mendukung skema pendampingan jangka panjang misalnya melalui program inkubasi bisnis, mentor digital, atau komunitas usaha berbasis teknologi akan sangat membantu UMKM dalam mengadopsi teknologi secara konsisten.

Kesenjangan Gender dan Inklusi Sosial

Terakhir, pengembangan ekonomi digital untuk UMKM juga menghadapi tantangan dalam hal inklusi sosial, terutama kesenjangan gender. Banyak pelaku UMKM perempuan, terutama di sektor informal, yang menghadapi hambatan ganda dalam mengakses teknologi, pelatihan, dan permodalan digital. Kebijakan pengembangan ekonomi digital harus memperhatikan prinsip inklusi sosial agar kelompok rentan, seperti perempuan, difabel, dan masyarakat adat, juga mendapatkan manfaat yang setara dari transformasi digital. Program afirmatif seperti pelatihan khusus bagi wirausaha perempuan dan penyediaan fasilitas digital inklusif menjadi sangat relevan untuk memastikan transformasi digital yang berkeadilan.

Peluang dalam Ekonomi Digital di Indonesia

Ekonomi digital Indonesia saat ini mengalami transformasi besar karena pertumbuhannya yang cepat. Ini didorong oleh peningkatan penggunaan teknologi, peningkatan internet, dan dukungan penuh pemerintah. Ekonomi digital Indonesia sekarang menjadi yang terbesar di Asia Tenggara, diprediksi akan memberikan dampak senilai 150 miliar dolar Amerika Serikat (AS) hingga 2025 serta menciptakan tambahan lapangan pekerjaan bagi 3,7 juta orang. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia didorong oleh meningkatnya penggunaan internet secara luas. Saat ini, jumlah pengguna smartphone di Indonesia telah mencapai 345,3 juta, setara dengan 125,6% dari total populasi. Selain itu, sekitar 73,7% penduduk menggunakan internet, dengan trafik internet yang tumbuh antara 15 hingga 20%. Semakin mudahnya mendapatkan akses ke internet saat ini membuat setiap masyarakat Indonesia memperoleh peluang yang setara untuk menjalankan bisnis online. Populasi yang besar di Indonesia akan memacu perkembangan ekonomi digital negara tersebut.

Sektor-sektor utama seperti e-commerce, transportasi online, dan lainnya menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi digital, yang membuka peluang baru bagi pengusaha dan startup. Platform seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, dan Ruangguru telah mengubah cara orang membeli barang, bertransaksi, dan mendapatkan layanan. Mereka juga telah menciptakan lapangan kerja baru dan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) naik kelas secara digital. Selain itu, pemerintah aktif mendorong perkembangan ini melalui berbagai program, seperti mengatur kebijakan seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hal ini dapat menciptakan kepastian hukum dalam transaksi ekonomi digital untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha. Ada juga Pembangunan Proyek Palapa Ring (PARING) bertujuan menyediakan infrastruktur telekomunikasi yang mendukung, sehingga menciptakan koneksi jaringan sinyal telekomunikasi yang lancar dan tanpa hambatan di seluruh wilayah Indonesia. Di Indonesia, ada banyak peluang untuk kemajuan ekonomi digital yang akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi serta mempercepat perputaran keuangan dan pemerataan pembangunan ekonomi.

Pertumbuhan E-Commerce

Kemajuan teknologi digital selama satu dekade terakhir telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan. Pertumbuhan industri e-commerce Indonesia adalah salah satu dampak yang paling nyata. E-commerce kini menjadi tulang punggung baru dalam perekonomian digital Indonesia. Hal ini didorong oleh bertambahnya jumlah pengguna internet serta meningkatnya penetrasi penggunaan smartphone.

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia sangat pesat, menurut laporan Global e-commerce Market 2024 dari ECBD, pertumbuhan e-commerce secara global mencapai 10,4%. Indonesia diprediksi menjadi negara dengan pertumbuhan e-commerce tertinggi di dunia pada tahun 2024, dengan kenaikan sebesar 30,5%, hampir tiga kali lipat dari pertumbuhan global. Perkembangan ini memiliki beberapa faktor, salah satu faktor utama pertumbuhan e-commerce di Indonesia adalah tingginya akses terhadap internet dan perangkat mobile. Selain itu, harga smartphone yang semakin terjangkau membuat masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi dapat mengakses platform e-commerce dengan mudah. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara digital di seluruh pelosok negeri. Kemudahan ini membuat ada perubahan gaya hidup

masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial dan Gen Z, semakin akrab dengan aktivitas digital. Kebiasaan berbelanja pun turut berubah, dari belanja langsung di toko fisik menjadi belanja online melalui aplikasi atau situs web. Faktor kenyamanan, efisiensi waktu, dan berbagai promosi seperti diskon, cashback, serta gratis ongkir menjadi alasan utama konsumen memilih e-commerce sebagai sarana utama berbelanja.

Faktor pendukung lainnya adalah didukung dari sistem pembayaran yang mudah menjadi unsur penting yang membantu mempercepat pertumbuhan e-commerce. Banyak metode pembayaran saat ini tersedia, termasuk dompet digital (e-wallet) seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay, yang sangat mudah digunakan. Selain itu, sistem QRIS yang mudah dan cepat ini membuat pelanggan lebih percaya untuk melakukan transaksi online secara teratur. Platform perdagangan besar seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada adalah pendorong utama perkembangan e-commerce di Indonesia. Mereka tidak hanya menawarkan wadah jual beli, tetapi juga menawarkan pelatihan, fitur pendukung bisnis digital, dan edukasi. Konsumen merasa nyaman dan percaya saat berbelanja melalui inovasi seperti sistem loyalitas pelanggan, layanan live shopping, fitur nego harga, dan sistem ulasan produk. Di sisi lain, pasar membantu UMKM beralih ke digital, memungkinkan mereka untuk mengelola toko online mereka sendiri.

Peran Pemerintah terhadap Perkembangan Ekonomi Digital

Pemerintah Indonesia menempatkan transformasi digital sebagai prioritas utama dalam pembangunan nasional. Infrastruktur digital merupakan fondasi utama dalam pengembangan ekonomi digital. Pemerintah melalui Kominfo telah membangun proyek Palapa Ring dan memperluas jaringan fiber optik ke wilayah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar). Dengan tujuan membangun jaringan serat optik (backbone) yang menghubungkan seluruh wilayah Indonesia, Palapa Ring, sebuah proyek yang menghubungkan seluruh wilayah Indonesia terdiri dari tiga paket utama yaitu Palapa Ring Barat, Tengah, dan Timur, memiliki panjang jaringan lebih dari 12.000 kilometer. Tujuan Palapa Ring adalah untuk mempercepat pemerataan akses internet, mengurangi kesenjangan digital, dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, dan layanan publik. Dengan hadirnya proyek ini, orang-orang di daerah terpencil sekarang memiliki akses internet yang lebih cepat, stabil, dan terjangkau. Selain itu, infrastruktur seperti Palapa Ring mendorong pertumbuhan ekonomi digital di seluruh negeri.

Pemerintah aktif mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beralih ke platform digital. Salah satu upaya tersebut adalah melalui Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diluncurkan pada tahun 2020, pemerintah memulai Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) pada tahun 2020 yang memiliki tujuan untuk mendorong masyarakat untuk mencintai, membeli, dan menggunakan produk lokal sekaligus mempercepat digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di seluruh Indonesia. Program ini melibatkan kerja sama antara pemerintah pusat dan daerah, BUMN, dan sektor swasta untuk membantu UMKM masuk ke platform digital, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas pasar mereka secara nasional.

Agar tercipta ekosistem digital yang aman dan sehat dibutuhkan regulasi dari pemerintah yang telah diterbitkan dan berbagai kebijakan, antara lain:

1. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE): mengatur transaksi elektronik dan perlindungan konsumen digital.
2. Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP): memberikan perlindungan terhadap data pengguna dan privasi digital.
3. Peraturan Bank Indonesia dan OJK terkait fintech dan dompet digital: mengatur sistem pembayaran dan layanan keuangan berbasis teknologi.

Kebijakan ini bertujuan menjaga keamanan, kepercayaan konsumen, serta meningkatkan tata kelola industri digital di Indonesia.

SIMPULAN

Transformasi digital UMKM di Indonesia merupakan agenda strategis nasional yang bertujuan memperkuat daya saing sektor usaha kecil dalam era ekonomi digital. Meskipun UMKM memberikan kontribusi besar terhadap produk domestik bruto serta menyerap sebagian besar tenaga kerja, tingkat

pemanfaatan teknologi digital di kalangan pelaku usaha ini masih tergolong rendah. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan program pendukung, seperti penyediaan infrastruktur digital, peningkatan literasi digital, fasilitasi integrasi dengan platform e-commerce, digitalisasi sistem pembiayaan, serta pemberian insentif regulatif. Namun demikian, sejumlah tantangan masih menghambat optimalisasi kebijakan tersebut, terutama kesenjangan akses infrastruktur antara wilayah perkotaan dan pedesaan, rendahnya kapasitas digital pelaku UMKM, serta keterbatasan dalam akses pembiayaan berbasis teknologi. Karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih menyeluruh dan terintegrasi antar pemangku kepentingan untuk memastikan digitalisasi UMKM dapat berjalan secara merata, berkelanjutan, dan inklusif di seluruh wilayah Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Prodi dan Sekretaris Prodi pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dosen pengampu mata kuliah Kebijakan Ekonomi Publik pada Semester Genap Tahun Pembelajaran 2024/2025 yang telah memberi dukungan material terhadap penyusunan artikel ini, serta kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dari awal sampai dengan akhir penyusunan artikel sesuai dengan rencana.

REFERENSI

- Anggraeni, W. C, Ningtiyas, W. P, & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47–65. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JSIP/article/view/5354>
- Azzam, A. A. (t.t.). Analisis Kebijakan Kewirausahaan Nasional Di Metaverse. . . *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 7, 1–13. <https://jarkp.fisip.unand.ac.id/index.php/jarkp/article/view/339>
- Kasali, R., & Lastiati, A. (2023). *Inovasi Disruptif dan Transformasi UMKM di Era Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Permadi, D., & Mayasari, N. (2024). Tantangan Transformasi Digital UMKM Pasca Pandemi: Perspektif Kebijakan Publik. *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan*, 7(1), 78–92.
- Rakista, P. M, & Karismatika, A. P. (2024). Analisis Kebijakan Pengembangan Usaha Mikro Pada Pelaksana UMKM di Mambo Kuliner Nite Tasikmalaya. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 19(1), 103–112. <https://jkpjurnal.com/index.php/menu/article/view/363>
- S, B., Alfianti, D., Fitriani, I., & S, Z. (2024). ANALISA TERHADAP PERAN UMKM DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA. *JURNAL RUMPUN MANAJEMEN DAN EKONOMI*. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i5.2831>
- Utomo, S. B, Pujowati, Y, & Utami, E. Y. (2024). Analisis Kebijakan Pemerintah, Bantuan Modal, dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pertumbuhan Bisnis pada Komunitas UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 2(02), 146–156. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jekws/article/view/1110>
- Bank Indonesia. (2020). Laporan Perekonomian Indonesia 2020. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bappenas. (2021). Transformasi Ekonomi Indonesia: Menuju Negara Maju. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Dhewanto, W., Prasetyo, P. E., & Herliana, S. (2019). *Inovasi dan Kewirausahaan dalam Bisnis Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2017). *Teori Akuntansi: Pengantar, Perspektif, dan Dinamika*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 2021*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2023), "Laporan Pelaksanaan Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia 2020-2023," Jakarta: Kemenko Perekonomian, 28-36.
- Kurniawan, A., & Saputro, E. P. (2021). Analisis Transformasi Digital UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(2), 103-112.
- McKinsey & Company. (2018). *The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia's Economic Development*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>

- Nugroho, R., & Syarief, R. (2019). *Manajemen Kebijakan Publik: Teori, Proses, dan Implementasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- OECD. (2021). *OECD Economic Surveys: Indonesia 2021*. Paris: OECD Publishing.
- OJK. (2021). *Laporan Tahunan Otoritas Jasa Keuangan 2021*. Jakarta: OJK.
- Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (2023), "Analisis Kebijakan Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Prospek," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 31, no. 1, 67-85.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Digital Entrepreneurship and MSMEs Business Resilience During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 22(2), 118-127.
- PwC Indonesia. (2019). *The Future of Indonesia's Digital Economy: Supporting the Growth of Digital SMEs*. Jakarta: PwC Indonesia.
- Saputri, D. E., & Susanti, D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Transformasi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 55-63.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Simanjuntak, M., & Maulana, R. (2020). The Role of Digital Marketing in MSME's Business Performance. *International Journal of Social and Management Studies*, 1(1), 15-24.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, D., & Purnamasari, D. (2022). Inklusi Keuangan Digital dan Akses Permodalan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 8(1), 34-43.
- Tulus, T. H. (2015). *Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Indonesia: Isu Penting, Pengembangan, dan Prospek*. Jakarta: Rajawali Pers.
- World Bank. (2021). *Indonesia Economic Prospects: Boosting the Recovery*. Washington, DC: World Bank Group.
- Yusuf, M., & Trisnawati, R. (2021). Tantangan Keamanan Siber dalam Transformasi Digital UMKM. *Jurnal Teknologi dan Sistem Komputer*, 9(3), 202-211.
- Widiastuti, N. (2021). *Ekonomi Digital Di Indonesia, Peluang Dan Strategi*.
- Rohmana, D. W. (2023, August). Peranan ekonomi digital dalam peningkatan pertumbuhan UMKM: Peluang dan tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 42-48).
- Matheus, J., & Gunadi, A. (2024). Pembentukan Lembaga Pengawas Perlindungan Data Pribadi Di Era Ekonomi Digital: Kajian Perbandingan Dengan KPPU. *Justisi*, 10(1), 20-35.
- Nugraha, A. C., Hanggara, B. T., & Setiawan, N. Y. (2020). Evaluasi dan Perbaikan Proses Bisnis Proyek Palapa Ring (PARING) Menggunakan Metode Business Process Improvement (BPI)(Studi Kasus: Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi). *Jurnal pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer*, 4(3), 717-722.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Sulistianingsih, D., Ihwan, M., Setiawan, A., & Prabowo, M. S. (2023). Tata kelola perlindungan data pribadi di era metaverse (telaah yuridis undang-undang ADIARTA, I. G. P. PERLINDUNGAN HUKUM PENGGUNA DOMPET DIGITAL MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG perlindungan data pribadi). *Masalah-Masalah Hukum*, 52(1), 97-106.