

**TANTANGAN DAN PELUANG BISNIS ELEKTRONIK BAGI
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA EKONOMI
DIGITAL**

Ridha Muhammad Rifqi¹, Satria Dwi Aprianto², Nicky Pascal Tambunan³, Serius Ndruru⁴
Universitas Pelita Bangsa

E-mail: ridha.312210491@mhs.pelitabangsa.ac.id¹, satria.312210490@mhs.pelitabangsa.ac.id²,
nicky.312210474@mhs.pelitabangsa.ac.id³, seriusndruru@mhs.pelitabangsa.ac.id⁴

Abstrak

Bisnis elektronik (e-business) telah menjadi paradigma utama dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Penelitian ini mengkaji tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan bisnis elektronik guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Berdasarkan studi literatur dari jurnal-jurnal terkini dan studi kasus di lapangan, ditemukan bahwa kendala utama UMKM meliputi keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi dan kapasitas digital, keterbatasan modal, resistensi budaya, serta kurangnya regulasi dan perlindungan keamanan data. Di sisi lain, digitalisasi membuka peluang besar berupa perluasan akses pasar secara nasional maupun global, peningkatan efisiensi operasional, inovasi produk dan layanan, serta peningkatan kepercayaan konsumen melalui digital marketing. Penelitian ini juga mengidentifikasi strategi adaptasi yang meliputi peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur, penyederhanaan regulasi, dan pengembangan model bisnis hybrid. Temuan ini memberikan gambaran komprehensif dan rekomendasi bagi pengambil kebijakan dan pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi bisnis elektronik di era digital.

Kata Kunci — Digitalisasi UMKM, Bisnis Elektronik, Tantangan UMKM, Peluang UMKM, Ekonomi Digital, Literasi Digital, Inovasi Produk, E-Commerce, Strategi Adaptasi, Keberlanjutan UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Pranata et al., 2025). Di era ekonomi digital saat ini, bisnis elektronik (e-business) menjadi keniscayaan bagi UMKM dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya. Transformasi digital, termasuk pemanfaatan platform e-commerce, media sosial, dan teknologi finansial, telah memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM (Herman et al., 2025). Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi teknologi digital sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi dan pemasaran.

Namun demikian, UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan bisnis elektronik. Keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital, dan infrastruktur digital yang kurang merata masih menjadi hambatan utama, terutama di daerah pedesaan (Ramadhan et al., 2025). Selain itu, tantangan regulasi, seperti kurangnya insentif fiskal dan perlindungan keamanan data, juga berdampak pada lambatnya transformasi digital UMKM (Pranata et al., 2025). Di sisi lain, peluang besar terbuka melalui bisnis elektronik, yang memungkinkan UMKM memperluas pangsa pasar hingga tingkat nasional dan global, mengefisiensikan proses bisnis, dan meningkatkan inovasi produk dan layanan (Ramadhan et al., 2025; Herman et al., 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tantangan dan peluang bisnis elektronik bagi UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital, sekaligus mengidentifikasi strategi

adaptasi yang dapat memaksimalkan manfaat transformasi digital bagi keberlanjutan UMKM.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang tantangan dan peluang bisnis elektronik yang dihadapi UMKM di era ekonomi digital berdasarkan berbagai sumber data sekunder dan pengalaman nyata UMKM.

Sumber data yang digunakan berasal dari berbagai jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan dokumen terkait lainnya yang diterbitkan dalam 5 tahun terakhir (2019-2025). Selain itu, dilakukan studi kasus pada beberapa UMKM yang telah mengimplementasikan bisnis elektronik untuk memperkaya analisis.

Teknik Pengumpulan Data :

- **Studi Literatur** : Pengumpulan data melalui talaah pustaka dari jurnal, buku, artikel ilmiah, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik.
- **Wawancara dan Observasi Studi Kasus** : Pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dan observasi langsung terhadap implementasi bisnis elektronik di UMKM terpilih.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu mengidentifikasi tema-tema utama terkait tantangan dan peluang bisnis elektronik UMKM, strategi adaptasi, serta faktor pendukung keberhasilan digitalisasi. Analisis juga membandingkan temuan dari studi literatur dan studi kasus untuk memperoleh gambaran yang komprehensif.

Penelitian studi kasus dilakukan pada UMKM di wilayah [sebutkan lokasi spesifik, misal: Kabupaten X dan Kota Y] selama periode [sebutkan periode, misal: Januari-Mei 2025]. Studi literatur mencakup publikasi dari tahun 2019 hingga 2025.

Metode ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif terkait dinamika tantangan dan peluang bisnis elektronik UMKM di era ekonomi digital, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pengembangan UMKM berbasis digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa keterbatasan akses internet berkecepatan tinggi, kurangnya perangkat digital memadai, dan hambatan geografis terutama di daerah terpencil menjadi kendala utama UMKM dalam mengadopsi bisnis elektronik (Ramadhan et al., 2025; Ndaha, 2024). Hal ini menyebabkan kesenjangan digital yang memperlambat proses transformasi digital.

Literasi digital yang masih rendah di kalangan pelaku UMKM menjadi hambatan yang signifikan dalam memanfaatkan platform digital secara optimal (Pranata et al., 2025). Kurang terampil dalam penggunaan teknologi informasi dan pemasaran online membuat UMKM sulit meningkatkan kehadiran digitalnya (Herman et al., 2025). Beberapa UMKM masih mengandalkan model bisnis tradisional dan menolak perubahan yang disebabkan oleh digitalisasi. Faktor budaya organisasi dan ketidakpastian mengenai manfaat teknologi baru menjadi alasan utama resistensi ini (Sari et al., 2024). Modal untuk investasi teknologi digital dan biaya operasional platform elektronik menjadi kendala pembatas implementasi bisnis elektronik (Sri, 2017; Ramadhan et al., 2025). Kurangnya akses ke sumber pembiayaan formal memperparah hambatan ini. Ketiadaan regulasi yang memadai terkait pengamanan transaksi elektronik dan perlindungan data konsumen menjadi tantangan yang perlu diatasi agar UMKM merasa aman menjalankan bisnis elektronik (Pranata et al., 2025; Ndaha, 2024).

Peluang Bisnis Elektronik Bagi UMKM

1. Perluasan Akses Pasar yang Signifikan

Bisnis elektronik memberikan peluang pasar yang luas bagi UMKM, baik skala

nasional maupun internasional, tanpa batasan geografis. Dengan e-commerce dan media sosial, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak dan beragam (Herman et al., 2025; Fauzan, 2024).

2. Efisiensi Operasional dan Pengurangan Biaya

Automatisasi proses bisnis melalui e-commerce dan aplikasi bisnis digital mampu menurunkan biaya operasional dan meningkatkan produktivitas UMKM (Ramadhan et al., 2025).

3. Inovasi Produk dan Peningkatan Layanan

Penggunaan teknologi digital memungkinkan UMKM berinovasi pada produk dan layanan dengan basis data pelanggan yang diperoleh melalui platform elektronik (Sari et al., 2024).

4. Peningkatan Kepercayaan Konsumen Melalui Digital Marketing

Penggunaan media sosial dan digital marketing efektif dalam membangun brand awareness, meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan (Fauzan, 2024).

Strategi Adaptasi UMKM dalam Menghadapi Tantangan dan Memanfaatkan Peluang :

- 1) Peningkatan sumber daya manusia melalui pelatihan literasi digital dan pemasaran online.
- 2) Penguatan infrastruktur digital di daerah terpencil melalui kebijakan pemerintah dan kerja sama swasta.
- 3) Penyederhanaan regulasi digital dan perlindungan keamanan siber bagi UMKM.
- 4) Pengembangan model bisnis hybrid yang menggabungkan metode konvensional dan elektronik untuk adaptasi bertahap.

Hasil ini mencerminkan konsensus penelitian terbaru terkait aspek penting dalam bisnis elektronik UMKM di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa bisnis elektronik merupakan aspek krusial yang harus diadopsi UMKM untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. Tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, resistensi budaya, dan regulasi yang belum mendukung transformasi digital secara menyeluruh. Namun, di balik tantangan tersebut terdapat peluang signifikan seperti perluasan akses pasar, peningkatan efisiensi operasional, inovasi produk, serta perbaikan kepercayaan konsumen melalui digital marketing. Strategi adaptasi yang efektif seperti peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur, penyederhanaan regulasi, dan pengembangan model bisnis hybrid dapat mempercepat transformasi digital UMKM sehingga mampu bertahan dan berkembang dalam ekosistem ekonomi digital. Implementasi strategi ini akan mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM secara inklusif dan berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzan, M. (2024). Digital Marketing Communication: Peluang dan Tantangan UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*.
- Herman, S., et al. (2025). Tantangan dan Strategi Adaptasi UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2).
- Ndraha, A. B. (2023). Keamanan Transaksi dan Perlindungan Data di UMKM Digital. *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Ndraha, A. B. (2024). Dampak Ekonomi Digital terhadap UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.
- Pranata, A., & Azhar, Z. (2024). Regulasi dan Kebijakan Digitalisasi UMKM. *Jurnal Ekonomi*

Indonesia.

- Pranata, A., Nasution, H., Azhar Azaddin, Z., & Nurbaiti, N. (2025). Implementasi Sistem E-Business pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(1).
- Ramadhan, D., Nayawangsa, A., & Kusuma, M. S. (2025). Digitalisasi UMKM dalam Menghadapi Era Society 5.0 di Desa Pasirjambu. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3(2).
- Sari, D. N., et al. (2024). Peluang dan Tantangan Transformasi Digital UMKM. *Jurnal Civiliza*.
- Sari, D. N., et al. (2024). Perubahan Perilaku Konsumen dan Digitalisasi UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*.
- Sri, M. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Manajemen*.