

# TRANSFORMASI DIGITAL UMKM LOKAL: REVOLUSI KEWIRAUSAHAAN MENUJU EKONOMI KREATIF 5.0 DI ERA INDUSTRI 4.0

Oleh:

Rohmat Sarman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan

[rohmatSarman@unpas.ac.id](mailto:rohmatSarman@unpas.ac.id)

## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi fondasi perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM serta Kementerian Keuangan, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07%, atau senilai Rp8.573,89 triliun (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap lebih kurang 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (ASEAN, 2022; Sarman, Affandi, Djulius, et al., 2024; Sarman, Jusuf, et al., 2024). UMKM memainkan peran krusial dalam mendistribusikan kesejahteraan ekonomi secara lebih merata di berbagai wilayah, terutama di daerah tertinggal dan perdesaan. Namun demikian, di tengah percepatan globalisasi dan kemajuan teknologi digital, UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada tantangan mendasar, seperti keterbatasan akses teknologi informasi, rendahnya literasi digital, serta belum meratanya infrastruktur pendukung digitalisasi usaha (Suyanto et al., 2023; Tambunan, 2021). Oleh karena itu, menguatkan kemampuan adaptasi UMKM dalam era digital menjadi prioritas strategis guna mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Perkembangan teknologi di era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah secara drastis lanskap bisnis global, termasuk bagi sektor UMKM. Konsep Industri 4.0 tidak hanya mengacu pada automasi dan konektivitas mesin, tetapi juga mencakup integrasi teknologi siber-fisik, *Internet of Things* (IoT), *artificial intelligence* (AI), dan big data *analytics* dalam proses produksi dan manajemen usaha (Schwab, 2016, 2017; World Economic Forum (WEF), 2019; World Economic Forum, 2023). Dalam konteks ini, digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan tambahan, tetapi telah menjadi keniscayaan bagi pelaku UMKM yang ingin tetap relevan di tengah persaingan yang kian kompleks dan dinamis. Kegagalan UMKM dalam mengadopsi teknologi akan mengakibatkan keterisolasian mereka dari pasar digital, yang saat ini menjadi ruang utama bagi pertumbuhan dan perluasan usaha. Pemerintah pun menaruh perhatian besar terhadap digitalisasi UMKM dengan mencanangkan berbagai program, seperti Gerakan Nasional Literasi Digital, 100 *Smart Cities*, dan program *onboarding* UMKM ke *marketplace* digital (Bappenas, 2022; Kominfo, 2022, 2023).

Transformasi digital UMKM tidak hanya berkaitan dengan perubahan teknis, tetapi juga berkaitan dengan transformasi sosial, budaya, dan kelembagaan. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional dan informal, sehingga memiliki kapasitas terbatas dalam hal manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, maupun literasi e-commerce (Alghifari et al., 2022; Sarman, Affandi, & Djulius, 2024a). Dalam hal ini, peran pendampingan dan pelatihan berkelanjutan menjadi sangat penting agar pelaku UMKM tidak hanya mengenal teknologi, tetapi juga mampu menggunakannya secara optimal dan strategis dalam operasional sehari-hari. Pendampingan berbasis inkubasi digital dan pemberdayaan komunitas bisnis

menjadi strategi yang efektif dalam menjawab tantangan tersebut. Hal ini telah terbukti pada beberapa model pengembangan UMKM digital di daerah seperti Kota Bandung dan Yogyakarta, yang berhasil menumbuhkan ekosistem bisnis digital berbasis komunitas (Chaerudin, 2023; UGM, 2024; Wiranatakusuma, 2022).

Di sisi lain, transformasi digital UMKM berkorelasi erat dengan agenda pembangunan global, khususnya dalam kerangka *Sustainable Development Goals* (SDGs). Poin SDG ke-8 menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan, serta pekerjaan yang layak bagi semua (Sekretariat Nasional SDGs, 2024). Digitalisasi UMKM dapat menciptakan peluang kerja baru, meningkatkan produktivitas, dan memperluas akses pasar secara inklusif, terutama bagi kelompok rentan seperti perempuan, penyandang disabilitas, dan pelaku usaha di daerah terpencil (UNDP, 2023). Selain itu, SDG ke-9 yang berbicara tentang pembangunan industri, inovasi, dan infrastruktur juga relevan dalam konteks penguatan kapasitas digital UMKM. Melalui dukungan infrastruktur digital dan kolaborasi lintas sektor, UMKM dapat menjadi bagian dari ekosistem industri nasional yang tangguh dan berbasis teknologi.

Pemerintah Indonesia, dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024, telah menargetkan akselerasi transformasi digital sektor ekonomi, termasuk UMKM, sebagai bagian dari strategi nasional pemulihan ekonomi pasca-pandemi COVID-19. Salah satu inisiatif kunci adalah penguatan digital onboarding UMKM ke dalam ekosistem e-commerce nasional, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lainnya (KemenkopUKM, 2023). Hingga awal 2024, lebih dari 22 juta UMKM telah masuk ke platform digital, namun angka ini masih perlu ditingkatkan mengingat jumlah total UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit. Adopsi teknologi tidak hanya harus mencakup aspek penjualan online, tetapi juga manajemen stok berbasis digital, sistem akuntansi otomatis, serta pemasaran melalui media sosial dan konten digital (Sarman, Affandi, & Djulius, 2024b).

Meskipun demikian, transformasi digital UMKM tidak berjalan tanpa hambatan. Tantangan utama terletak pada ketimpangan infrastruktur digital antar wilayah, lemahnya literasi teknologi di kalangan pelaku usaha kecil, serta minimnya ketersediaan tenaga pendamping yang mampu menjembatani proses digitalisasi (Setia et al., 2023). Ketimpangan ini menciptakan *digital divide* yang memperdalam jurang ketimpangan ekonomi antara wilayah maju dan tertinggal. Oleh karena itu, intervensi kebijakan yang terintegrasi sangat diperlukan untuk memperkuat kelembagaan, memperluas akses internet berkecepatan tinggi, serta membangun sistem pelatihan adaptif berbasis lokalitas. Selain itu, insentif fiskal dan kemudahan pembiayaan digital juga harus diperkuat untuk mendorong investasi teknologi oleh pelaku UMKM.

Dalam konteks pembangunan ekonomi kreatif, transformasi digital UMKM memainkan peran vital dalam menciptakan nilai tambah berbasis inovasi dan diferensiasi produk. Ekonomi kreatif 5.0 mengedepankan penggabungan antara teknologi cerdas dan human-centric innovation, di mana kreativitas dan nilai budaya menjadi sumber daya utama dalam proses ekonomi (Sarman, 2007; Stiglitz, 2012). UMKM yang bergerak di bidang fesyen, kuliner, kriya, dan digital content, memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku utama dalam ekosistem ekonomi kreatif apabila didukung dengan infrastruktur digital dan kebijakan afirmatif. Dalam hal ini, pengembangan platform digital lokal, marketplace berbasis komunitas, dan kolaborasi dengan pelaku startup menjadi strategi penting dalam memajukan ekonomi kreatif berbasis UMKM.

Lebih lanjut, kolaborasi multipihak (*triple helix*) antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha menjadi landasan penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM digital. Pendekatan kolaboratif ini memungkinkan integrasi pengetahuan, riset, serta pemanfaatan infrastruktur dan sumber daya bersama dalam mendukung inovasi UMKM (Sarman, Jusuf, et al., 2024; World Bank, 2021). Lembaga pendidikan tinggi dapat menjadi mitra strategis dalam membangun pusat inovasi UMKM, menyediakan pelatihan digital entrepreneurship, dan mengembangkan teknologi tepat guna. Di sisi lain, pemerintah daerah dapat berperan sebagai fasilitator regulasi dan ekosistem, sedangkan pelaku usaha besar dapat menyediakan platform dan pembiayaan kolaboratif berbasis *shared value*.

Dengan menyadari kompleksitas dan multidimensionalitas transformasi digital UMKM, maka artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana UMKM lokal dapat bertransformasi secara digital dalam rangka mendorong revolusi kewirausahaan menuju Ekonomi Kreatif 5.0 di era Industri 4.0. Melalui pendekatan konseptual dan kajian literatur, artikel ini berupaya memetakan kondisi objektif, tantangan struktural, serta strategi kolaboratif yang dapat ditempuh untuk mempercepat transformasi tersebut. Diharapkan artikel ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga dapat menjadi rujukan praktis bagi pengambil kebijakan, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang intervensi strategis ke depan.

## **Landasan Teori**

### **1. Teori Kewirausahaan**

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana individu menciptakan nilai ekonomi melalui pengambilan risiko, inovasi, dan eksplorasi peluang pasar (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2016). Schumpeter (1983) menekankan peran wirausahawan sebagai agen perubahan melalui proses "*creative destruction*," yaitu inovasi yang menggantikan sistem lama dengan sistem baru. Dalam konteks UMKM, kewirausahaan menjadi landasan utama dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar dan perubahan teknologi yang cepat. Sarman et al. (2024) mengungkapkan bahwa motivasi wirausaha dan *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Konsep ini menjadi penting untuk memahami dinamika pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan strategi bisnis baru.

### **2. Teori Inovasi dan Transformasi Digital**

Teori inovasi, terutama seperti yang dikembangkan oleh Rogers et al. (2019) dalam *Diffusion of Innovations*, menjelaskan bagaimana adopsi teknologi menyebar melalui populasi sosial. Inovasi digital dalam UMKM melibatkan penggunaan platform *e-commerce*, media sosial, sistem pembayaran digital, dan *software* akuntansi berbasis *cloud* sebagai bentuk adaptasi terhadap Revolusi Industri 4.0 (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014). Transformasi digital sendiri dipahami sebagai proses menyeluruh yang melibatkan perubahan struktur organisasi, proses bisnis, dan budaya kerja melalui integrasi teknologi digital (Bharadwaj et al., 2013). Dalam penelitian Sarman, Affandi, Djulius, et al., (2024), transformasi digital terbukti dapat meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan UMKM jika didukung oleh iklim usaha yang kondusif dan sistem pendampingan yang adaptif.

### **3. Ekonomi Kreatif 5.0 dan *Human-Centered Innovation***

Ekonomi Kreatif 5.0 merupakan perluasan dari konsep *Society 5.0* yang menempatkan manusia sebagai pusat dari transformasi berbasis teknologi. Tujuan utama pendekatan ini adalah menciptakan keseimbangan antara kemajuan teknologi dan kesejahteraan sosial (UNDP, 2023). Dalam kerangka ekonomi kreatif, pelaku UMKM dituntut untuk tidak hanya menjadi pengadopsi teknologi, tetapi juga pencipta nilai tambah melalui kreativitas, budaya lokal, dan pengetahuan berbasis komunitas (Stiglitz, 2012). Sarman, Affandi, Djulius, et al., (2024) menyatakan bahwa penguatan UMKM berbasis nilai lokal dan digitalisasi menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif, khususnya di sektor informal dan rural. Oleh karena itu, pendekatan Ekonomi Kreatif 5.0 mendukung transisi UMKM dari sekadar pengguna teknologi menjadi produsen nilai dalam ekosistem digital.

### **4. Triple Helix dan Ekosistem Inovasi**

Model Triple Helix dari Etzkowitz & Leydesdorff (2000) menjelaskan bagaimana interaksi antara akademisi, pelaku bisnis, dan pemerintah menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan. Dalam konteks transformasi digital UMKM, kolaborasi ini penting dalam penyediaan teknologi, pelatihan, serta kebijakan yang mendorong inovasi. Pendampingan berbasis universitas dan inkubator digital di daerah seperti Bandung dan Yogyakarta merupakan bentuk konkret implementasi Triple Helix (UGM, 2024; ITB, 2023). Penelitian Sarman, Affandi, Djulius, et al., (2024) juga menunjukkan bahwa kolaborasi antara aktor-aktor dalam ekosistem inovasi mampu menciptakan lingkungan bisnis digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

### **5. Teori Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Theory*)**

Transformasi digital UMKM juga memiliki keterkaitan erat dengan tujuan pembangunan global, khususnya *Sustainable Development Goals* (SDGs). SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur), serta SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan) sangat relevan dalam konteks pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi. Menurut UNDP (2023), percepatan transformasi digital dapat mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi serta meningkatkan kapasitas inklusi digital. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi mikro, tetapi juga memainkan peran strategis dalam pembangunan nasional yang berkeadilan dan berkelanjutan.

## **Pembahasan**

### **1. Posisi Strategis UMKM dalam Perekonomian Nasional**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menempati posisi sentral dalam struktur perekonomian nasional Indonesia dan telah diakui sebagai tulang punggung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64,2 juta unit atau sekitar 99,9% dari total pelaku usaha nasional. UMKM berkontribusi terhadap 61,07% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia atau senilai lebih dari Rp8.500 triliun, menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja (setara dengan 97% total angkatan kerja nasional), serta menghimpun sekitar 60,4% dari total investasi domestik (Kementerian Keuangan RI, 2024; KemenkopUKM, 2024). Kontribusi ini menegaskan bahwa UMKM bukan hanya pilar ekonomi mikro, melainkan juga penggerak utama stabilitas ekonomi makro, khususnya

dalam masa-masa krisis seperti pandemi COVID-19, di mana sektor UMKM menjadi penyelamat lapangan kerja informal dan mendorong daya tahan konsumsi domestik.

Posisi strategis UMKM tidak hanya terletak pada besaran kontribusinya terhadap indikator ekonomi makro, tetapi juga pada daya sebar geografis dan sosialnya. UMKM tersebar di seluruh provinsi, kabupaten, dan kota, dan menjadi bagian penting dalam perekonomian lokal, termasuk di daerah tertinggal, perdesaan, serta kawasan pesisir dan pedalaman (ASEAN, 2022; BPS, 2023). UMKM memainkan peran vital dalam pemerataan pembangunan dan pengurangan ketimpangan, baik antara desa dan kota maupun antarwilayah. Dengan skala usaha yang fleksibel dan daya serap tenaga kerja tinggi, UMKM mampu menyediakan lapangan kerja informal bagi kelompok rentan seperti perempuan, pemuda, dan masyarakat miskin. Peran sosial UMKM juga terlihat dalam keberadaannya yang mampu memperkuat jejaring komunitas ekonomi lokal, seperti koperasi, pasar tradisional, dan sektor informal berbasis keluarga.

Meskipun demikian, ketergantungan mayoritas UMKM pada pola usaha konvensional dan berorientasi lokal menjadi salah satu kendala struktural yang menghambat peningkatan daya saing. Banyak UMKM masih berada dalam kondisi informal, memiliki keterbatasan akses terhadap modal, pelatihan manajerial, teknologi informasi, dan pasar digital (Tambunan, 2021; World Bank, 2021). Studi ASEAN (2022) menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, masih beroperasi pada level efisiensi rendah dengan tingkat produktivitas yang jauh tertinggal dari perusahaan besar. Akibatnya, meskipun kontribusinya terhadap lapangan kerja sangat besar, kontribusi UMKM terhadap ekspor nonmigas Indonesia masih di bawah 16%, lebih rendah dibandingkan negara-negara seperti Thailand dan Vietnam (UNCTAD, 2022).

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan Revolusi Industri 4.0, posisi strategis UMKM tidak akan mampu dipertahankan jika tidak disertai dengan proses transformasi digital yang sistematis dan inklusif. Transformasi digital tidak hanya dimaknai sebagai pengadopsian teknologi untuk proses produksi dan distribusi, tetapi sebagai bentuk pembaruan model bisnis dan inovasi kewirausahaan (Sarman et al., 2024; Schwab, 2017). UMKM perlu beralih dari model usaha berbasis aktivitas fisik dan manual menjadi usaha berbasis data, jaringan, dan platform digital. Dengan mengadopsi teknologi seperti e-commerce, sistem pembayaran digital, media sosial marketing, dan manajemen berbasis cloud, UMKM akan memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan bersaing secara regional maupun global.

Pentingnya transformasi ini juga diperkuat oleh agenda nasional dan global, seperti Visi Indonesia 2045 dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Dalam SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta SDG 9 tentang industri, inovasi, dan infrastruktur, UMKM menjadi subjek penting yang harus diberdayakan melalui pendekatan digital inklusif (UNDP & ITU, 2023). Oleh karena itu, penguatan kapasitas digital UMKM merupakan investasi strategis bukan hanya untuk mendongkrak kinerja ekonomi saat ini, tetapi juga untuk membentuk struktur ekonomi masa depan yang lebih adil, resilien, dan inovatif.

## **2. Urgensi Transformasi Digital dalam Konteks Industri 4.0**

Revolusi Industri 4.0 merupakan fase evolusi teknologi yang mengintegrasikan dunia fisik, digital, dan biologis melalui adopsi teknologi disruptif seperti *Internet of Things* (IoT),

*Artificial Intelligence* (AI), big data analytics, *cloud computing*, serta sistem siber-fisik (Schwab, 2017). Transformasi ini tidak hanya berdampak pada perusahaan berskala besar, tetapi juga memengaruhi ekosistem bisnis skala kecil, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi elemen fundamental yang menentukan apakah UMKM mampu bertahan dan berkembang atau justru tertinggal dalam era persaingan global. Oleh karena itu, transformasi digital harus dipandang bukan sebagai opsi tambahan, melainkan sebagai kebutuhan mendesak dan strategis bagi UMKM untuk tetap relevan, efisien, dan kompetitif.

Transformasi digital tidak semata-mata berwujud penggunaan teknologi sebagai alat produksi, melainkan mencakup perubahan paradigma dalam tata kelola usaha, relasi pelanggan, proses logistik, manajemen inventaris, hingga strategi pemasaran. Misalnya, pemanfaatan platform e-commerce, media sosial interaktif, dan sistem manajemen berbasis cloud telah memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan di luar batas geografis tradisional mereka (Westerman et al., 2011). Di sisi lain, penggunaan data konsumen dan algoritma digital membantu pelaku usaha memahami preferensi pasar, menyesuaikan penawaran produk, serta merancang strategi harga dan promosi yang lebih tepat sasaran. Studi oleh Setia et al. (2023) menemukan bahwa integrasi digital pada level manajemen dan operasional dapat mendorong efisiensi biaya dan meningkatkan loyalitas pelanggan UMKM.

Penelitian oleh Sarman et al. (2024) menggarisbawahi bahwa pelaku UMKM yang berhasil mengintegrasikan digitalisasi secara menyeluruh dalam rantai nilai bisnisnya menunjukkan peningkatan produktivitas hingga dua kali lipat dibandingkan UMKM non-digital. Mereka juga mencatat bahwa digitalisasi berperan signifikan dalam memperluas akses pasar, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan skala usaha secara bertahap. Dalam konteks ini, digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas adaptif UMKM dalam menghadapi ketidakpastian pasar, seperti yang terjadi saat pandemi COVID-19, di mana UMKM digital mampu bertahan lebih lama dan pulih lebih cepat dibandingkan yang tidak terdigitalisasi (World Bank, 2021).

Lebih lanjut, urgensi transformasi digital juga terkait dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin *digital-native*. Generasi milenial dan generasi Z, yang mendominasi konsumen saat ini, lebih memilih layanan yang cepat, transparan, personal, dan dapat diakses melalui perangkat digital. Oleh karena itu, UMKM yang gagal mengikuti perubahan ini akan kehilangan pangsa pasar dan ketinggalan dalam siklus inovasi (McKinsey, 2020). Sebaliknya, UMKM yang mampu membangun identitas digital (*digital presence*), memperkuat pelayanan berbasis platform, dan menyediakan nilai tambah melalui teknologi akan memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang.

Penting pula untuk mencermati bahwa transformasi digital tidak hanya menghasilkan dampak ekonomi, tetapi juga sosial. Digitalisasi membuka peluang inklusi ekonomi bagi kelompok-kelompok yang sebelumnya terpinggirkan, seperti perempuan pengusaha, masyarakat difabel, dan pelaku usaha di wilayah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar) (UNDP & ITU, 2023). UMKM digital dapat mengakses modal alternatif, memasarkan produk kreatif lokal, serta menciptakan jaringan kerja lintas wilayah dan sektor. Oleh karena itu, transformasi digital juga harus dilihat sebagai strategi pembangunan berkelanjutan, bukan hanya sebagai strategi pertumbuhan semata.

Namun demikian, proses digitalisasi UMKM tidak lepas dari tantangan serius. Literasi digital yang rendah, akses internet yang belum merata, biaya infrastruktur yang mahal, serta

resistensi terhadap perubahan menjadi hambatan yang memerlukan perhatian dan intervensi multi-stakeholder (Kominfo, 2023). Dalam hal ini, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku industri teknologi, serta komunitas UMKM menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem transformasi digital yang inklusif dan adaptif. Pemerintah perlu tidak hanya memfasilitasi infrastruktur, tetapi juga membangun regulasi yang mendorong adopsi teknologi secara masif, melindungi data konsumen, dan memberikan insentif fiskal kepada pelaku UMKM yang terdigitalisasi.

Dengan mempertimbangkan kompleksitas tersebut, transformasi digital UMKM dalam era Industri 4.0 bukan sekadar kebutuhan teknis, tetapi merupakan kebutuhan strategis yang multidimensi. Ia menjadi dasar bagi terwujudnya ekonomi berbasis inovasi dan teknologi, serta mendorong UMKM untuk tidak hanya bertahan, melainkan juga menjadi pelaku utama dalam Ekonomi Kreatif 5.0 yang mengutamakan kreativitas, keberlanjutan, dan pemberdayaan manusia.

### **3. Menuju Ekonomi Kreatif 5.0: UMKM sebagai Agen Inovasi**

Ekonomi Kreatif 5.0 merupakan paradigma pembangunan masa depan yang mengintegrasikan teknologi cerdas (smart technologies) dengan nilai-nilai kemanusiaan, kultural, dan inklusivitas sosial. Konsep ini merupakan perluasan dari Society 5.0 yang dikembangkan di Jepang dan kini diadopsi dalam kerangka pembangunan ekonomi global, termasuk oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP & ITU, 2023). Dalam pendekatan ini, manusia tidak hanya diposisikan sebagai objek pembangunan, tetapi sebagai subjek utama penggerak inovasi, yang menciptakan nilai tambah ekonomi melalui kreativitas, empati sosial, dan kearifan lokal. Dalam konteks ini, UMKM memiliki posisi strategis sebagai aktor utama dalam mewujudkan Ekonomi Kreatif 5.0 karena kedekatannya dengan budaya lokal, daya adaptif yang tinggi, serta kapasitas inovatif yang terus tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi digital.

Peran UMKM dalam Ekonomi Kreatif 5.0 tidak terbatas pada aktivitas ekonomi semata, tetapi juga mencakup kontribusi sosial dan kultural. Produk-produk berbasis budaya seperti batik, tenun, wayang, makanan khas daerah, serta kerajinan tangan berbasis komunitas merupakan contoh nyata dari potensi ekonomi kreatif lokal yang dapat ditingkatkan nilai ekonominya melalui transformasi digital. Digitalisasi dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi dan distribusi, tetapi juga sebagai medium untuk menghidupkan kembali nilai-nilai lokal dan memperkuat identitas budaya bangsa. Produk UMKM yang dikemas secara estetik dengan narasi budaya yang kuat akan memiliki nilai diferensiasi tinggi di pasar global yang semakin homogen (Stiglitz, 2012; Sarman et al., 2024).

Lebih jauh, pendekatan Ekonomi Kreatif 5.0 memungkinkan UMKM untuk menjadi agen inovasi sosial yang menyelesaikan berbagai tantangan pembangunan. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha di sektor kreatif untuk membuka peluang kerja baru di bidang-bidang seperti pemasaran digital, desain produk, konten kreatif, logistik berbasis aplikasi, hingga layanan keuangan mikro. Ini secara langsung mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDG 8 (pertumbuhan ekonomi inklusif dan pekerjaan layak), SDG 9 (infrastruktur dan inovasi), serta SDG 10 (mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi) (UNDP, 2023). UMKM yang terdigitalisasi juga lebih inklusif secara gender dan generasi, karena membuka peluang usaha bagi perempuan pelaku usaha rumahan, pengrajin muda, serta kelompok masyarakat marginal lainnya.

Penelitian oleh Sarman, Affandi, dan Djulius (2024) menegaskan bahwa UMKM digital yang berbasis inovasi dan kolaborasi mampu menjadi katalisator pembangunan ekonomi berbasis nilai. Dalam studi tersebut ditemukan bahwa pengusaha Nahdliyin di sektor kreatif mengalami peningkatan kinerja ketika didukung oleh iklim usaha yang mendorong digitalisasi, kolaborasi antar pelaku usaha, serta berbagi pengetahuan dalam komunitas bisnis berbasis kepercayaan dan kearifan lokal. Hal ini memperlihatkan bahwa transformasi UMKM menuju Ekonomi Kreatif 5.0 tidak harus meniru model korporasi digital besar, tetapi dapat tumbuh dari kekuatan lokal yang difasilitasi oleh teknologi.

Namun demikian, untuk menjadikan UMKM sebagai agen inovasi dalam kerangka Ekonomi Kreatif 5.0, diperlukan strategi pendukung yang lebih terstruktur. Pertama, diperlukan investasi dalam pengembangan kapasitas kreatif SDM UMKM, melalui pelatihan desain produk, storytelling digital, penguasaan teknologi kreatif (seperti augmented reality dan desain grafis), serta manajemen merek (brand identity). Kedua, perlu dikembangkan inkubator ekonomi kreatif berbasis lokal yang menggabungkan pelatihan teknis, pendampingan bisnis, serta jejaring pasar nasional dan global. Ketiga, pemerintah harus menyediakan kebijakan yang melindungi hak kekayaan intelektual (HAKI), mendorong insentif usaha kreatif, serta membuka ruang eksposur bagi UMKM kreatif melalui festival, marketplace digital, dan promosi internasional.

Peran perguruan tinggi, komunitas kreatif, dan pelaku startup digital juga sangat penting dalam membangun ekosistem inovasi UMKM. Kolaborasi lintas sektor seperti yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Kementerian Koperasi dan UKM dalam mengembangkan ekosistem bisnis kreatif di Bandung merupakan model konkret implementasi triple helix dalam konteks ekonomi kreatif (UGM, 2024). Dengan pendekatan ini, UMKM dapat didorong untuk tidak hanya bertahan secara ekonomi, tetapi juga memimpin dalam penciptaan solusi ekonomi masa depan yang inklusif, adaptif, dan berbasis nilai-nilai lokal yang lestari.

Dengan demikian, Ekonomi Kreatif 5.0 tidak hanya membuka ruang baru bagi UMKM untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital global, tetapi juga memperkuat peran mereka sebagai pelindung dan pengembang identitas budaya nasional. UMKM bukan sekadar pengguna teknologi, tetapi juga pencipta nilai, inovator sosial, dan penjaga warisan budaya melalui pendekatan berbasis teknologi yang humanistik dan berkelanjutan.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **KESIMPULAN**

Transformasi digital telah menjadi suatu keniscayaan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia dalam menghadapi tantangan era Revolusi Industri 4.0 dan menyongsong Ekonomi Kreatif 5.0. UMKM memiliki posisi strategis dalam perekonomian nasional, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan pembangunan ekonomi di berbagai wilayah. Namun, dominasi pola usaha konvensional serta kesenjangan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan keterbatasan pendampingan masih menjadi kendala utama dalam proses digitalisasi UMKM.

Digitalisasi tidak hanya menawarkan efisiensi dan ekspansi pasar, tetapi juga membuka peluang inovasi dan inklusi sosial yang lebih luas, termasuk bagi kelompok rentan dan pelaku usaha berbasis komunitas. Integrasi teknologi digital ke dalam rantai nilai bisnis UMKM memungkinkan mereka menjadi lebih produktif, adaptif, dan kompetitif. Dalam konteks

Ekonomi Kreatif 5.0, UMKM tidak hanya berperan sebagai pengguna teknologi, melainkan juga sebagai pencipta solusi berbasis nilai budaya dan kreativitas manusia.

Kolaborasi multipihak dalam ekosistem inovasi, termasuk model Triple Helix antara pemerintah, akademisi, dan dunia usaha, menjadi kunci sukses dalam membangun UMKM digital yang inklusif dan berkelanjutan. Kontribusi UMKM terhadap pencapaian SDGs juga semakin nyata melalui pemberdayaan ekonomi lokal, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi sosial yang memperkuat transformasi digital nasional.

## SARAN

1. Pemerintah pusat dan daerah perlu memperkuat infrastruktur digital di seluruh wilayah, terutama di daerah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar), untuk menjamin akses dan keterjangkauan teknologi bagi UMKM.
2. Program literasi digital dan pelatihan transformasi bisnis perlu diperluas dengan pendekatan berbasis komunitas, disesuaikan dengan karakteristik lokal, dan didukung oleh pendampingan berkelanjutan dari perguruan tinggi dan lembaga mitra.
3. Diperlukan insentif fiskal dan akses pembiayaan yang adaptif bagi UMKM yang mengadopsi teknologi digital, termasuk melalui skema pembiayaan mikro berbasis digital, crowdfunding, dan insentif berbasis kinerja digital.
4. Pemerintah dan pelaku industri kreatif harus mendorong lahirnya inkubator ekonomi kreatif yang berbasis lokalitas, yang dapat menjadi katalisator inovasi dan penguatan daya saing UMKM dalam ekosistem Ekonomi Kreatif 5.0.
5. Penelitian lanjutan dan kebijakan berbasis data perlu dikembangkan untuk memetakan keberhasilan dan tantangan digitalisasi UMKM secara sektoral dan geografis, guna mendukung perumusan kebijakan publik yang tepat sasaran dan berdampak jangka panjang.

## Referensi

- Alghifari, E. S., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Sarman, R. (2022). Strategi Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth untuk Komunikasi Konsumen. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 8(2), 114–127. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.6267>
- ASEAN. (2022). *ASEAN Investment Report 2022 - Pandemic Recovery and Investment facilitation* (Issue October). <https://asean.org/book/asean-investment-report-2022/>
- Bappenas. (2022). *Strategi Nasional Pengembangan Kota Cerdas (Smart City) di Indonesia. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*. <https://journal.bappenas.go.id/>
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>
- BPS. (2023). *Statistik UMKM Nasional*. Badan Pusat Statistik.
- Chaerudin, R. (2023). *Membangun Transformasi Bisnis Go Digital dan Pondasi Pemasaran Digital bagi UMKM Kota Bandung*. Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Institut Teknologi Bandung. [https://pengabdian.drpm.itb.ac.id/proyek/membangun\\_transformasi\\_bisnis\\_go\\_digital\\_dan\\_pondasi\\_pemasaran\\_digital\\_bagi\\_umkm\\_kota\\_bandung](https://pengabdian.drpm.itb.ac.id/proyek/membangun_transformasi_bisnis_go_digital_dan_pondasi_pemasaran_digital_bagi_umkm_kota_bandung)
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship* (10th Editi). McGraw-Hill Education. <https://doi.org/10.4324/9781315670089-10>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Ditjen Perbendaharaan Kemenkeu RI KPPN Curup. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Kominfo. (2022). *Grebeg Pasar, Ayo UMKM Go Online Padang Targetkan 2 Ribu Pedagang Onboard*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. [https://www.m.kominfo.go.id/content/detail/20342/grebeg-pasar-ayo-umkm-go-online-padang-targetkan-2-ribu-pedangan-onboard/0/berita\\_satker](https://www.m.kominfo.go.id/content/detail/20342/grebeg-pasar-ayo-umkm-go-online-padang-targetkan-2-ribu-pedangan-onboard/0/berita_satker)
- Kominfo. (2023). *Wujudkan Indonesia Makin Cakap Digital, Kominfo Bangun Sinergitas Bersama Dharma Pertiwi TNI*. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2023/10/wujudkan-indonesia-makin-cakap-digital-kominfo-bangun-sinergitas-bersama-dharma-pertiwi-tni/>
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). Diffusion of Innovations 1. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 415–434). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- Sarman, R. (2007). *Ekonomi Kerakyatan : Introspeksi Eksistensi Pembangunan Ekonomi ? 1–5*. <https://rohmtsarman.com/artikel/EkonomiKerakyatanIntrospeksiEksistensiPembanguna nEkonomi.pdf>
- Sarman, R., Affandi, A., & Djulius, H. (2024a). Peran Iklim Usaha untuk Mendorong Inovasi Digital dan Peningkatan Kinerja Pengusaha Nahdliyin: The Role of Business Climate in Encouraging Digital Innovation and Improving the Performance of Nahdliyin Entrepreneurs. *Jurnal Ilmiah Karawang*, 2(02), 15–28. <https://jika.karawangkab.go.id/index.php/jika/article/view/96>
- Sarman, R., Affandi, A., & Djulius, H. (2024b). *STRATEGI BISNIS PENGUSAHA NAHDLIYIN: Menguak Rahasia Sukses Melalui Inovasi Digital dan Kolaborasi Pengetahuan* (R. K. Sari (ed.)). Nas Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=mQYkEQAAQBAJ>
- Sarman, R., Affandi, A., Djulius, H., & Priadana, S. (2024). Building a Digital Innovation Ecosystem through Knowledge Sharing and a Conducive Business Climate. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 14(3), 787–804. [https://doi.org/10.22441/jurnal\\_mix.2024.v14i3.012](https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2024.v14i3.012)
- Sarman, R., Jusuf, E., Suteja, J., & Juniarti, A. T. (2024). Building Excellence Among Muslim Entrepreneurs Through Digital Innovation: The Role of Capabilities and Knowledge Sharing in the Digital Era. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(4), 983–1000. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/8614>
- Schumpeter, J. A. (1983). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Transaction Books. <https://books.google.co.id/books?id=-OZWwC0GeOwC>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/pages/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab/>
- Sekretariat Nasional SDGs. (2024). *SDGs KNOWLEDGE HUB Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan*. Bappenas.Go.Id. <https://sdgs.bappenas.go.id/>
- Setia, B. I. S., Sarman, R. S., Subagja, H. S., Pangestu, E. S. . P., & Maharani, E. M. (2023). Analysis of Technological Disruption on The Implementation of Competitiveness in The West Java Province. *Proceedings of the 5th International Public Sector Conference, IPSC 2023, October 10th-11th 2023, Bali, Indonesia*, 274–282. <https://doi.org/10.4108/eai.10-10-2023.2342186>

- Stiglitz, J. E. (2012). *The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future*. W. W. Norton. <https://books.google.co.id/books?id=6rocDTE5dksC>
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Egalita, N., Mas'udah, S., Singgih, D. S., & Sudarso. (2023). Digital literacy and survival mechanism of micro-small enterprises in practicing sharing economy. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2245691>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada. <https://books.google.co.id/books?id=tLteEAAAQBAJ>
- UGM. (2024). *UGM dan KemenkopUKM RI Bangun Ekosistem Bisnis UMKM Bandung Melalui Pendampingan Usaha Mikro Mandiri 2024*. Direktorat Inovasi Dan Transformasi UGM. <https://ditpui.ugm.ac.id/ugm-dan-kemenkopukm-ri-bangun-ekosistem-bisnis-umkm-bandung-melalui-pendampingan-usaha-mikro-mandiri-2024/>
- UNDP. (2023). *SDG Digital Acceleration Agenda*. United Nations Development Programme. <https://www.undp.org/publications/sdg-digital-acceleration-agenda>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology Into Business Transformation*. Harvard Business Review Press. <https://books.google.co.id/books?id=Fh9eBAAAQBAJ>
- Wiranatakusuma, D. B. (2022). PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS DIGITAL DAN LITERASI MEMBACA. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.786>
- World Bank. (2021). *Building Resilient Communities: Social Protection and Local Economic Development*. <https://www.worldbank.org/en/topic/communitydrivendevelopment>
- World Economic Forum. (2023). *The future of business innovation and digital transformation*. WEF Reports.
- World Economic Forum (WEF). (2019). *Agile Governance: Reimagining Policy-Making in the Fourth Industrial Revolution*. WEF.