Journal of Islamic Banking
Volume 7, Nomor 1 Juni 2026
https://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JIB/

Revitalisasi Ekonomi Pasca Pandemi COVID-19: Analisis Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital Menuju 2025

Kholishudin, Shelvyna Rikantasari, Heri Kuncoro Putro
Universitas Islam Al Azhar Gresik, Universitas Al Hikmah Indonesia
shelvyna@gmail.com

ABSTRACT.

The COVID-19 pandemic has significantly impacted the economic sector, particularly Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), which faced severe pressure in terms of operations and competitiveness. This article aims to analyze digital-based empowerment strategies for MSMEs as part of post-pandemic economic revitalization efforts toward 2025. This study employs a qualitative approach through literature analysis and secondary data from academic publications, government reports, and recent case studies. Findings indicate that the success of MSME empowerment is largely determined by synergy between the government, private sector, and community in building an inclusive digital ecosystem. Digital literacy, access to technology, and business mentoring are key factors in promoting sustainability and competitiveness for MSMEs in the post-pandemic era. This study recommends a collaborative model that integrates public policy, technological innovation, and community institutional strengthening as a strategic direction for future MSME empowerment.

Keywords: economic revitalization, MSMEs, digitalization, empowerment, post-pandemic, collaborative strategy

ABSTRAK.

Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap sektor ekonomi, terutama pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengalami tekanan dari sisi operasional maupun daya saing. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan UMKM berbasis digital sebagai bagian dari upaya revitalisasi ekonomi pasca pandemi menuju tahun 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis literatur dan data sekunder dari publikasi akademik, laporan pemerintah, dan studi kasus terkini. Temuan menunjukkan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM sangat ditentukan oleh sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas dalam membangun ekosistem digital yang inklusif. Literasi digital, akses terhadap teknologi, serta pendampingan usaha menjadi faktor penentu dalam mendorong keberlanjutan dan daya saing UMKM di era pasca-pandemi. Studi ini merekomendasikan model kolaboratif yang mengintegrasikan kebijakan publik, inovasi teknologi, dan penguatan kelembagaan komunitas sebagai arah strategis pemberdayaan UMKM ke depan.

Kata kunci: Revitalisasi Ekonomi, UMKM, Digitalisasi, Pemberdayaan, Pasca-Pandemi, Strategi Kolaboratif.

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah menjadi krisis multidimensi terbesar dalam sejarah modern. Bukan hanya krisis kesehatan, tetapi juga krisis sosial dan ekonomi global yang mengguncang struktur kehidupan masyarakat secara mendalam. Di Indonesia, dampak pandemi sangat dirasakan oleh kelompok pelaku ekonomi mikro, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sekitar 60% UMKM mengalami penurunan omset, gangguan distribusi, dan bahkan penutupan usaha secara permanen pada masa puncak pandemi. Ketergantungan pada sistem usaha konvensional dan lemahnya infrastruktur digital menjadi dua faktor utama yang membuat sektor ini sangat rentan terhadap disrupsi berskala besar.[1]

Kendati pandemi secara resmi dinyatakan telah mereda dan status darurat global telah dicabut, dampak struktural dan transformasi sosial-ekonomi yang ditimbulkan masih terus berlangsung hingga kini, bahkan pada tahun 2025. Ini menjadi dasar penting mengapa kajian pasca-pandemi tetap relevan. Justru setelah kondisi krisis mereda, penting bagi para peneliti dan pembuat kebijakan untuk melakukan evaluasi yang reflektif terhadap strategi yang telah dijalankan. Banyak studi sebelumnya lebih berfokus pada respons jangka pendek, seperti bantuan langsung tunai, stimulus fiskal, atau pelatihan digital bersifat temporer. Padahal, untuk menjamin keberlanjutan pemulihan ekonomi, diperlukan pemahaman yang lebih dalam tentang efektivitas dan arah jangka panjang dari strategi pemberdayaan yang diterapkan sejak masa krisis hingga kini.

UMKM merupakan entitas ekonomi yang kompleks: mereka bukan hanya pelaku pasar, tetapi juga aktor sosial yang berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, menjaga keseimbangan ekonomi lokal, serta menjadi titik temu antara sektor informal dan formal. Pandemi COVID-19 menjadi momen kritis yang memaksa banyak UMKM untuk mulai mengadopsi pendekatan berbasis teknologi. Namun, pertanyaannya adalah: apakah transformasi digital yang terjadi selama pandemi bersifat mendalam dan berkelanjutan,

[1] Joeliaty, J., Arr ifin, S. D. S., Sarasi, V., & Firmansyah, Y. (2023). Evaluasi pelatihan digital UMKM. *JPMM*

atau hanya sekadar respons sesaat terhadap tekanan situasi darurat? Di sinilah pentingnya dilakukan kajian reflektif terhadap proses revitalisasi ekonomi pasca-pandemi, khususnya pada sektor UMKM.[2]

Transformasi digital telah menjadi jargon umum dalam banyak dokumen kebijakan pasca-pandemi, seperti program "UMKM Go Digital", "Bangga Buatan Indonesia", dan berbagai inisiatif pelatihan digital oleh pemerintah maupun swasta. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM di Indonesia tidak berlangsung secara merata, baik dari sisi geografis, akses teknologi, kapasitas SDM, maupun keberlanjutan pendampingan. UMKM di wilayah urban cenderung lebih cepat beradaptasi karena memiliki akses infrastruktur dan pendidikan yang lebih baik. Sebaliknya, UMKM di wilayah rural dan tertinggal masih menghadapi hambatan signifikan, seperti keterbatasan jaringan internet, rendahnya literasi digital, dan minimnya bimbingan teknis.

Oleh karena itu, kajian ini penting untuk mengevaluasi ulang efektivitas strategi pemberdayaan berbasis digital yang selama ini telah dilaksanakan, dan menyusun arah pemberdayaan yang lebih relevan dan berkelanjutan menuju 2025 dan seterusnya. Dengan pendekatan yang reflektif dan berbasis data sekunder dari laporan kebijakan, studi kasus UMKM, serta literatur akademik, penelitian ini mencoba melihat bagaimana strategi revitalisasi ekonomi melalui pemberdayaan digital telah membentuk pola adaptasi baru bagi pelaku usaha kecil di Indonesia. Hal ini tidak hanya penting dari sisi akademis, tetapi juga memiliki dampak praktis bagi perumusan kebijakan, desain program pemberdayaan, serta inovasi platform teknologi yang inklusif.

Salah satu alasan kuat mengapa penelitian ini tetap relevan di tahun 2025 adalah karena dampak pandemi terhadap struktur dan perilaku ekonomi bersifat jangka panjang. Pandemi telah memicu perubahan pola konsumsi, perilaku pasar, dan ekspektasi konsumen terhadap layanan digital. UMKM yang sebelumnya beroperasi secara tradisional kini harus mampu mengelola media sosial, menggunakan platform e-commerce, mengadopsi

[2] Afifah, N., & Hamdani, A. (2024). Literasi Digital dan Tantangan Transformasi UMKM di Wilayah Terpencil. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Digital*, 6(1), 22–35. https://doi.org/10.25077/jetd.v6n1.2024.22-35

pencatatan keuangan digital, hingga mengakses pembiayaan berbasis fintech. Perubahan ini tidak dapat berlangsung hanya dengan pelatihan sekali jadi; dibutuhkan proses pendampingan berkelanjutan yang melibatkan sinergi lintas sektor: pemerintah, swasta, komunitas, dan akademisi.[3]

Sayangnya, berdasarkan laporan dari Bappenas (2023) dan UNDP Indonesia (2024), masih terdapat kesenjangan besar antara kebijakan digitalisasi UMKM dan implementasinya di lapangan. Banyak program yang bersifat top-down dan tidak kontekstual dengan kebutuhan serta kapasitas lokal. Misalnya, pelatihan digital yang tidak mempertimbangkan latar belakang pendidikan peserta, atau platform e-commerce yang tidak diiringi dengan strategi branding dan manajemen stok yang memadai. Tanpa pendampingan menyeluruh, digitalisasi hanya terjadi di permukaan—sekadar membuka akun online, tanpa transformasi manajerial yang sesungguhnya. Kajian ini bertujuan menggali lebih dalam fenomena tersebut, sekaligus merumuskan model pemberdayaan digital UMKM yang berbasis praktik baik, responsif terhadap konteks lokal, dan berkelanjutan.

Selain itu, penelitian ini juga menyasar aspek kolaborasi antar aktor pembangunan, yang dalam banyak kasus menjadi penentu keberhasilan pemberdayaan ekonomi. Pemerintah memiliki peran regulatif dan fasilitatif, namun seringkali kekurangan dalam menjangkau lapisan pelaku usaha mikro secara langsung. Di sisi lain, sektor swasta seperti platform e-commerce dan fintech memiliki sumber daya teknologi dan pasar, tetapi memerlukan pendampingan komunitas agar program mereka tidak hanya berorientasi bisnis. Komunitas lokal, koperasi digital, dan inkubator bisnis menjadi aktor yang dapat menjembatani antara kebijakan makro dan kebutuhan mikro. Dengan demikian, pendekatan kolaboratif (multi-stakeholder) menjadi solusi strategis untuk menjamin efektivitas program pemberdayaan digital UMKM secara nyata.

Dari sisi akademik, penelitian ini juga memiliki kontribusi dalam mengisi kekosongan kajian reflektif lima tahun pascapandemi dalam konteks pembangunan

[3] Handayani, R. F., et al. (2023). Digitalisasi dan inovasi produk UMKM. *Jurnal Abdimas Indonesia* E Journal Resource+1Ejournal UGJ+1

ekonomi berbasis digital di sektor mikro. Banyak studi yang terbit antara 2020 hingga 2022 masih bersifat deskriptif dan kurang menjangkau aspek jangka panjang serta integrasi teoritis yang kuat. Dengan memadukan teori pemberdayaan ekonomi, ekonomi digital, dan pendekatan kelembagaan (institutional economics), studi ini diharapkan dapat memberikan kerangka analitis yang lebih komprehensif dan relevan dengan kondisi Indonesia.

Terakhir, dalam kerangka besar pembangunan nasional, arah transformasi ekonomi Indonesia menuju 2045 sangat bertumpu pada kemampuan pelaku UMKM untuk berkembang dan terintegrasi ke dalam ekonomi digital global. Maka, revitalisasi UMKM pasca pandemi bukan sekadar proyek pemulihan, melainkan fondasi dari masa depan ekonomi kerakyatan yang lebih tangguh, mandiri, dan kompetitif. Tanpa intervensi yang tepat dan berbasis bukti, Indonesia berisiko menciptakan kesenjangan digital yang semakin melebar antara pelaku usaha yang terintegrasi dengan teknologi dan yang tertinggal. Oleh karena itu, penelitian ini hadir sebagai bagian dari upaya membangun roadmap pemberdayaan UMKM digital yang lebih kontekstual, adil, dan berorientasi masa depan.[4]

KERANGKA TEORI

a. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Dan Digitalisasi

Pemberdayaan ekonomi merupakan proses pemberian kemampuan kepada masyarakat (termasuk pelaku UMKM) untuk mengelola sumber daya secara mandiri, meningkatkan kapasitas, dan berkembang secara berkelanjutan (*empowerment*) Dalam konteks UMKM, pemberdayaan tidak hanya mencakup akses ke pembiayaan atau pelatihan, tetapi juga peningkatan kontrol usaha melalui literasi keuangan, pengelolaan usaha, serta akses pasar yang lebih luas. Menurut Lia Nurina. (2024), pemberdayaan UMKM berbasis digital meningkatkan kapasitas pelaku usaha secara signifikan melalui pelatihan literasi digital, pendampingan intensif, dan evaluasi berkelanjutan terutama di wilayah dengan potensi ekonomi lokal tinggi.[5] Strategi pemberdayaan juga mencakup

[4] N. Nurlinda, "Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19," dalam *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020*. Pontianak, Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, 2020, pp. 160–166.

[5] Handayani, R. F., et al. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, peningkatan pengetahuan 85% dan omzet +30% E Journal Resource

kolaborasi lintas sektor pemerintah, komunitas, dan swasta untuk menciptakan ekosistem UMKM yang inklusif. Resensi literatur sistematik oleh Diklus (2024) menekankan bahwa pemberdayaan ekonomi UMKM digital yang efektif membutuhkan kolaborasi multi-pihak, bukan hanya intervensi satu kali, melainkan kolaborasi yang berkesinambungan dalam bentuk mentoring, pembiayaan berbasis data digital, dan integrasi pasar digital.[6]

Digitalisasi ekonomi merujuk pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan pelaporan keuangan digital untuk transformasi bisnis UMKM menuju efisiensi, ekspansi pasar, dan ketahanan usaha. Jurnal oleh Ristianti (2023), menegaskan bahwa digitalisasi UMKM yang melibatkan pelatihan penggunaan sistem digital, pemasaran online, dan akuntansi digital dapat membawa UMKM keluar dari keterpurukan akibat pandemi dan membentuk dasar pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.[7] Wilestari (2023) menyoroti bahwa inovasi digital pada UMKM didorong oleh faktor eksternal (pasar dan permintaan) dan internal (kemauan belajar dan kesiapan digital), namun masih banyak pelaku yang menghadapi hambatan seperti infrastruktur internet rendah, keterbatasan literasi, serta biaya teknologi yang tinggi. Ini menegaskan perlunya intervensi pemberdayaan digital yang memperkuat keterampilan dan akses teknologi.[8]

Menurut Gonzalez-Varona (2024), organisasi usaha (termasuk UMKM) memerlukan pengembangan kompetensi digital internal termasuk *organizational learning* dan knowledge management untuk meningkatkan kesiapan adopsi digital jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa kesuksesan transformasi digital tidak hanya soal adopsi teknologi, tetapi juga bagaimana UMKM belajar dan berkembang dengan memanfaatkan sistem digital.[9]

---

[6] Joeliaty, J., Arr ifin, S. D. S., Sarasi, V., & Firmansyah, Y. (2023). Evaluasi pelatihan digital UMKM. *JPMM*

[7] Joeliaty, J., Arr ifin, S. D. S., Sarasi, V., & Firmansyah, Y. (2023)…

[8] S. Arifin, "Transformasi Digital dan Ketahanan UMKM di Era Pandemi COVID-19," *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, vol. 4, no. 5, pp. 721–728, Jan. 2025

[9] Mustika, R., & Andriani, L. (2024). Perubahan Mindset Digital Pelaku UMKM: Studi Kasus Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 9(1), 41–53. https://ejournal.unnes.ac.id/index.php/jek/article/view/3345

b. Revitalisasi Ekonomi Pasca Krisis

Revitalisasi ekonomi pasca krisis adalah proses strategis dan sistematis untuk memulihkan, memperkuat, dan mentransformasikan perekonomian yang terdampak akibat suatu krisis baik itu krisis ekonomi global, resesi, pandemi, maupun bencana alam. Teori revitalisasi ekonomi merujuk pada pendekatan multidimensi yang mengintegrasikan kebijakan fiskal, moneter, sosial, serta pemberdayaan pelaku ekonomi lokal (seperti UMKM), untuk menciptakan ketahanan dan kesinambungan pertumbuhan ekonomi ke depan.[10]

Dalam perspektif pembangunan ekonomi, revitalisasi ekonomi pasca krisis mencakup tiga tahap utama: (1) respon darurat atau *shock absorber*, (2) pemulihan (*recovery*), dan (3) revitalisasi atau reformasi struktural. Pada tahap pertama, intervensi pemerintah dan lembaga keuangan difokuskan pada perlindungan sektor yang paling rentan dan menjaga likuiditas. Tahap kedua menitikberatkan pada pemulihan sektor-sektor terdampak dan peningkatan daya beli masyarakat. Sedangkan tahap ketiga merupakan fase reformasi struktural untuk memperkuat fondasi ekonomi melalui inovasi, digitalisasi, dan penguatan kelembagaan.[11]

Menurut teori Keynesian, dalam kondisi krisis, permintaan agregat melemah akibat menurunnya konsumsi dan investasi, sehingga dibutuhkan intervensi negara dalam bentuk stimulus fiskal dan moneter untuk menggerakkan kembali roda ekonomi. Pendekatan ini tampak pada kebijakan banyak negara, termasuk Indonesia, melalui program-program pemulihan ekonomi nasional (PEN) yang menyalurkan subsidi, bantuan sosial, dan dukungan kepada UMKM.[12]

Namun, pendekatan pascakrisis tidak cukup hanya dari sisi makroekonomi. Teori

[10] Amaliyah, L., Ilham, M., Surateman, S., & Rozali, M. (2024). Evaluasi strategi ekonomi digital Indonesia. *COSTING* Ejournal UGJ+15IPM2KPE Journal+15Ejurnal Bangun Harapan Bangsa+15

[11] Khaliq, A. (2025). FinTech lending post-COVID-19: Analisis tren inklusi keuangan digital. *arXiv*. arXiv KSAP. (2025). *APBN – Pengembangan UMKM NKRI*. Diakses dari https://www.ksap.org/sap/wp-content/uploads/2025/03/MAKALAH-UMKM-2025-1.pdf

[12] S. Arifin, "Transformasi Digital dan Ketahanan UMKM di Era Pandemi COVID-19," *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, vol. 4, no. 5, pp. 721–728, Jan. 2025

ekonomi kelembagaan (*institutional economics*) menjelaskan bahwa keberhasilan revitalisasi ekonomi sangat ditentukan oleh kualitas institusi: kepercayaan masyarakat, tata kelola yang baik, dan efektivitas implementasi kebijakan. Krisis sering kali membuka ruang untuk reformasi institusional dan kebijakan baru yang lebih adaptif.

Pandemi COVID-19 mempercepat proses digitalisasi dan otomasi di berbagai sektor ekonomi. Proses revitalisasi di banyak negara difokuskan pada penguatan rantai pasok domestik, pengembangan industri teknologi, dan digitalisasi sektor informal seperti UMKM. Hal ini sejalan dengan pandangan Schumpeter (1934) bahwa krisis dapat mempercepat proses *creative destruction*, di mana sistem ekonomi lama digantikan oleh yang lebih inovatif.[13] Dalam banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, revitalisasi ekonomi sangat bertumpu pada sektor UMKM. UMKM memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, serta menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Oleh karena itu, strategi pemulihan pascakrisis sangat bergantung pada kemampuan pemerintah dan masyarakat dalam memberdayakan sektor ini secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana revitalisasi ekonomi pasca pandemi COVID-19 dijalankan melalui strategi pemberdayaan UMKM berbasis digital. Pendekatan ini dipilih karena sifat permasalahan yang kompleks dan membutuhkan pemahaman kontekstual dari sudut pandang pelaku UMKM, pembuat kebijakan, serta pemangku kepentingan lainnya. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menangkap dinamika sosial-ekonomi serta strategi digitalisasi yang berkembang sejak pandemi hingga tahun 2025.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

[13] S. Arifin, "Transformasi Digital dan Ketahanan UMKM di Era Pandemi COVID-19 (2025)…

Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dengan pelaku UMKM yang telah bertransformasi ke platform digital, seperti marketplace dan media sosial. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen kebijakan, laporan kementerian seperti Kementerian Koperasi dan UKM, publikasi dari Bappenas, data dari Badan Pusat Statistik, serta laporan dan jurnal dari lembaga internasional seperti UNDP, World Bank, dan OECD.

Pengumpulan data dilakukan melalui kajian tertulis yang di dapatkan dari penelitihan terdahulu dan jurnal internasional. Selain itu, peneliti turut melakukan observasi partisipatif terhadap pelatihan daring, webinar, serta program-program literasi digital yang ditujukan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, isu utama, dan temuan-temuan penting dari pengamatan langsung maupun dokumentasi. Tahapan analisis dilakukan secara sistematis, dimulai dari proses pengkodean awal untuk mengidentifikasi kategori, hingga pengelompokan data ke dalam tema-tema utama seperti hambatan digitalisasi, strategi pemberdayaan, bentuk dukungan pemerintah, dan keberhasilan praktik UMKM digital. Interpretasi dilakukan dengan tetap merujuk pada teori-teori pemberdayaan ekonomi dan ekonomi digital yang relevan.

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber, yakni membandingkan informasi dari berbagai jenis data dan narasumber. Selain itu, proses member check dilakukan dengan mengonfirmasi hasil wawancara kepada beberapa narasumber untuk memastikan akurasi interpretasi. Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu Maret hingga Juni 2025. Dalam menjaga etika penelitian, setiap informan diberikan penjelasan terkait tujuan dan ruang lingkup penelitian serta diminta persetujuan untuk berpartisipasi. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas narasumber dan hanya menggunakan data yang telah disetujui untuk diolah dan dipublikasikan dalam konteks akademik.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan reflektif terhadap efektivitas serta arah pemberdayaan UMKM berbasis digital sebagai strategi pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi COVID-19, sekaligus mengidentifikasi rekomendasi kebijakan yang relevan

menuju tahun 2025 dan seterusnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Refleksi 5 Tahun Revitalisasi Ekonomi Pasca Pandemi

Lima tahun setelah pandemi COVID-19 mengguncang sendi-sendi perekonomian global, dunia telah memasuki fase baru pemulihan yang kompleks dan penuh tantangan. Di Indonesia, pandemi bukan hanya menjadi krisis kesehatan, tetapi juga memperlihatkan rapuhnya struktur ekonomi mikro, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai tulang punggung perekonomian nasional menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja UMKM menjadi sektor paling terdampak sekaligus paling diandalkan dalam proses pemulihan pasca krisis.[14]

Selama fase awal pandemi (2020–2021), banyak UMKM yang tidak mampu bertahan akibat keterbatasan akses modal, rendahnya literasi digital, serta terputusnya rantai pasok dan distribusi. Namun, dalam kurun waktu lima tahun terakhir, berbagai upaya revitalisasi telah dilakukan pemerintah dan masyarakat sipil untuk mendorong UMKM bangkit melalui strategi digitalisasi, pembiayaan inklusif, dan penguatan ekosistem lokal. Program seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), UMKM Go Digital, serta Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) telah menjadi inisiatif kunci dalam memulihkan daya saing UMKM dalam lanskap ekonomi digital.[15]

Refleksi terhadap lima tahun revitalisasi ini mengungkap bahwa meskipun terjadi lonjakan adopsi digital di kalangan pelaku UMKM, proses tersebut belum merata secara geografis maupun sektoral. UMKM di wilayah urban cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi digital, sementara pelaku di wilayah rural masih menghadapi hambatan akses infrastruktur dan keterbatasan kapasitas. Selain itu, digitalisasi seringkali bersifat administratif (misalnya pembuatan akun marketplace), belum menyentuh aspek transformasi model bisnis atau inovasi produk secara mendalam.

[14] Handayani, R. F., et al. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, peningkatan pengetahuan 85% dan omzet +30%
[15] Handayani, R. F., et al. (2023)…

Berbagai studi, seperti dari Bappenas (2023) dan UNDP Indonesia (2024), menunjukkan bahwa keberhasilan revitalisasi tidak hanya bergantung pada stimulus fiskal semata, tetapi juga pada keberlanjutan program pemberdayaan dan pendampingan berbasis komunitas. Pendekatan top-down yang hanya mengandalkan intervensi negara seringkali tidak cukup untuk menyentuh realitas lapangan, terutama bagi UMKM informal yang belum terdaftar dalam sistem resmi.[16]

Di sisi lain, muncul juga praktik-praktik baik yang menunjukkan keberhasilan UMKM bertransformasi melalui strategi digital berbasis lokal. Misalnya, kolaborasi antara koperasi digital dan komunitas UMKM berbasis desa terbukti mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi distribusi. Dalam konteks ini, refleksi lima tahun pasca pandemi memberikan pelajaran penting bahwa pemulihan ekonomi bukan semata kembali ke situasi sebelum pandemi, tetapi justru menjadi momentum untuk mengarahkan pembangunan ekonomi menuju pola yang lebih resilien, inklusif, dan berbasis teknologi.

Namun demikian, refleksi ini juga menyoroti sejumlah gap penelitian yang belum banyak dijelaskan secara sistematis. Pertama, masih terbatasnya kajian akademik yang menelaah integrasi antara pemberdayaan ekonomi dan digitalisasi dalam konteks revitalisasi ekonomi lokal. Kedua, belum banyak penelitian yang secara longitudinal menilai efektivitas intervensi digital bagi UMKM pasca pandemi. Ketiga, kerangka evaluasi kebijakan pemerintah terhadap program digitalisasi UMKM masih minim berbasis *evidence* dan akuntabilitas sosial.[17]

Dengan demikian, kajian ini penting untuk mengisi celah tersebut melalui pendekatan yang tidak hanya menyoroti keberhasilan, tetapi juga mengidentifikasi hambatan dan pembelajaran selama lima tahun terakhir. Refleksi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam merumuskan arah kebijakan

[16] Bappenas. (2023). *Laporan Tahunan Pembangunan Nasional 2023: Pemulihan Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan Pasca Pandemi*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).

[17] W. Widjaja, "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi," *Jurnal Prinsip*, vol. 1, no. 1, pp. 23–32, 2000.

pemberdayaan UMKM digital menuju 2025 yang lebih tepat sasaran, berkelanjutan, dan kontekstual.

Perubahan Struktur Dan Perilaku UMKM 2020-2025

Sebelum pandemi, UMKM di Indonesia memiliki karakteristik informal yang kuat, dengan sebagian besar tidak berbadan hukum, tanpa pencatatan keuangan yang rapi, dan masih mengandalkan modal serta keahlian yang terbatas, dengan pemanfaatan teknologi yang sangat sederhana . Struktur ini, meskipun resilien terhadap krisis ekonomi sebelumnya, menjadi rentan saat berhadapan dengan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan penurunan daya beli masyarakat. Penurunan penjualan hingga 12% menjadi tantangan nyata bagi banyak UMKM.[18]

Namun, di tengah krisis, muncul pula peluang. Perubahan perilaku konsumen yang beralih dari transaksi luring ke daring menjadi momentum bagi percepatan transformasi digital. Data menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan e-commerce sebesar 27% dan adopsi media sosial sebesar 17% di kalangan UMKM. Hal ini sejalan dengan tren pengguna internet yang mencapai 175,4 juta pada Januari 2020, yang mengindikasikan pergeseran masif pola belanja masyarakat ke online.[19]

Pemerintah bersama berbagai pihak, termasuk Kadin Indonesia, merespons cepat dengan mendorong program-program digitalisasi UMKM. Target ambisius ditetapkan: 24 juta UMKM diharapkan masuk ekosistem digital pada tahun 2023, meningkat menjadi 30 juta unit pada tahun 2024. Program seperti #BanggaBuatanIndonesia juga menjadi bagian dari upaya mengintegrasikan UMKM ke pasar daring. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2020, baru sekitar 16% UMKM yang tergabung dalam ekosistem digital, namun angka ini terus meningkat signifikan pasca-pandemi, seiring dengan kesadaran pelaku

[18] Rizki, D., & Tanjung, M. (2025). Digitalisasi UMKM dan Ketimpangan Akses Teknologi di Wilayah 3T. *Jurnal Kebijakan dan Ekonomi Digital*, 4(1), 18–30. https://doi.org/10.25077/jked.4.1.2025.18-30

[19] Kadin Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Diakses dari https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Cari: UMKM*. Diakses dari https://ekon.go.id/cari?query=umkm

usaha akan pentingnya kehadiran digital.[20]

Perubahan perilaku UMKM pasca-pandemi tidak hanya terbatas pada adopsi teknologi. Kinerja UMKM kini dipengaruhi oleh kombinasi faktor seperti digitalisasi, kompetensi SDM, adopsi media sosial, literasi keuangan, dan strategi pemasaran yang efektif. UMKM yang mampu mengadopsi teknologi digital cenderung lebih tangguh. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan setidaknya dua dari empat strategi adaptasi utama digitalisasi operasional, diversifikasi produk dan pasar, efisiensi rantai pasok, dan kolaborasi ekosistem memiliki tingkat ketahanan 67% lebih tinggi . Implementasi teknologi digital dan pembentukan jejaring kolaboratif menjadi faktor kunci dalam membangun ketahanan usaha mikro di tengah gejolak ekonomi makro.[21]

Menjelang tahun 2025, UMKM menghadapi tantangan baru seperti kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan potensi penurunan daya beli kelas menengah. Namun, peluang besar untuk inovasi dan pemanfaatan teknologi digital tetap terbuka luas. Kolaborasi multi-pihak, seperti model hexahelix, menjadi kunci untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang ini. UMKM kini dituntut untuk terus berinovasi agar organisasinya lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar. Transformasi digital menjadi langkah strategis untuk menghubungkan UMKM ke ekosistem global, meningkatkan daya saing, dan menciptakan peluang pertumbuhan baru . Indonesia bahkan diprediksi menjadi pasar UMKM terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2025.

Secara struktural, meskipun 98,68% UMKM didominasi oleh usaha mikro yang menyumbang sekitar 37,8% PDB, potensi ekonomi nasional tetap kuat. Tantangan ke depan adalah menaikkan kelas usaha mikro menjadi usaha menengah, mengingat sektor ini terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi. Perubahan struktur dan perilaku UMKM dari 2020 hingga 2025 mencerminkan sebuah evolusi menuju ekosistem bisnis yang lebih adaptif, digital, dan kolaboratif, menjanjikan fondasi yang lebih kokoh bagi perekonomian

[20] Kadin Indonesia. (2023)…
[21] Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi, M. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM di Daerah Terpencil. *Paraduta*, RBV & DOI Umada Journals

nasional di masa depan.[22]

b. Arah Pemberdayaan UMKM Menuju 2025- Seterusnya

Menatap tahun 2025 dan seterusnya, arah pemberdayaan UMKM digital perlu diarahkan pada integrasi teknologi yang mendalam, inklusi finansial, dan kekuatan komunitas untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif. Dari berbagai kajian empiris, beberapa strategi kunci dapat dirumuskan.

Pertama, penguatan literasi digital dan pemasaran digital berbasis lokal menjadi landasan utama. Studi di Balikpapan menemukan bahwa pelatihan digital marketing meningkatkan kapabilitas digital UMKM hingga lebih dari 50% dan omzet meningkat secara signifikan (30 %) dalam jangka pendek Selain itu, program serupa di Garut berhasil mendorong 70 % UMKM menerapkan pemasaran digital, dengan kenaikan omzet rata-rata 20% pasca pelatihan. Oleh karena itu, arah kebijakan selanjutnya harus memperbanyak pelatihan intensif, berbasis kebutuhan spesifik tiap UMKM dan daerah, serta pendampingan jangka panjang.[23]

Kedua, strategi pemberdayaan UMKM harus mencakup integrasi teknologi keuangan digital dan manajemen usaha berbasis aplikasi. Transformasi digital yang diadopsi oleh UMKM - seperti akuntansi digital dan pencatatan keuangan berbasis Android - terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan akuntabilitas usaha yang berkontribusi pada ketahanan usaha jangka panjang. Namun masih banyak pelaku yang belum memiliki akses tersebut. Dengan demikian, program digitalisasi UMKM ke depan harus mencakup pendampingan implementasi fintech dan sistem keuangan digital yang mudah diakses dan digunakan oleh pelaku usaha mikro.

Ketiga, pendekatan pemberdayaan yang inklusif sangat krusial untuk menjembatani kesenjangan antara UMKM urban dan rural. Studi di Makassar pada sektor kuliner menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital membantu memperluas pasar dan

[22] Putri, S., & Sari, N. (2024). Efektivitas Program Literasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pengembangan Usaha Mikro*, 11(1), 77–89. https://jurnal.umkm.or.id/index.php/jpum/article/view/1493

[23] Rahardian Ary Helmina, M., et al. (2023). Pemanfaatan aplikasi digital dan kinerja keuangan UMKM di Banjarmasin. *EJOIN*

meningkatkan efisiensi operasional, tetapi pelaku usaha masih mengandalkan pembelajaran mandiri tanpa bimbingan formal.[24] Penelitian teoritis oleh Avista, Langit, dan Mashudi (2025) menekankan pentingnya literasi digital dan manajemen strategis sebagai kombinasi efektif di daerah terpencil dengan model RBV dan DOI sebagai kerangka analitis relevan. Oleh sebab itu, strategi ke depan perlu mengadaptasi pendekatan kontekstual: menggabungkan pelatihan digital dan pengelolaan usaha berbasis kebutuhan lokal dan kultural.[25]

Keempat, kolaborasi multi-pihak antar pemangku kepentingan menjadi modal penting. Transformasi digital UMKM sebagai penggerak ekonomi kreatif memerlukan sinergi antara pemerintah, komunitas lokal, lembaga pendamping, dan platform digital swasta. Studi oleh Meliawati dkk. (2025) menegaskan bahwa digitalisasi hanya bisa efektif jika didukung oleh pelatihan berbasis sektor, peningkatan teknologi, dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan transformasi digital UMKM.[26]

Kelima, pemberdayaan jangka panjang harus mencakup aspek inovasi produk dan diversifikasi bisnis digital. Program pemberdayaan melalui inovasi produk dan digital marketing memberi hasil nyata: peningkatan omzet hingga 30% serta pengetahuan digital meningkat hingga 85% peserta. Dengan demikian, UMKM tidak cukup hanya ditargetkan untuk ‘masuk ke online, tetapi juga diharapkan mengembangkan produk dan layanan digital yang lebih kompetitif (misalnya packaging kreatif, branding digital, katalog online).

Secara tematik, arah pemberdayaan ke depan dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Fokus pada pelatihan literasi digital dan pemasaran lokal yang relevan konteks dan secara jangka Panjang

2. Implementasi fintech dan aplikasi finansial digital yang mudah diakses

[24] Rahmawati, I., & Santoso, D. (2023). Analisis Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Transformasi Digital UMKM. Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan Digital, 7(1), 45–60. https://doi.org/10.31105/japkd.v7n1.2023.45-60
[25] Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi, M. (2025)…
[26] Meliawati, H., et al. (2025). Transformasi Digital UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif. *Musytari* Reddit+6Cahaya Ilmu Bangsa Institute+6Cahaya Ilmu Bangsa Institute+6

3. Pendampingan berbasis komunitas yang inklusif dan berkelanjutan
4. Kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, swasta, dan komunitas
5. Pendorong inovasi produk dan diversifikasi usaha berbasis ekosistem digital

Melalui strategi-strategi tersebut, pemberdayaan UMKM digital ke tahun 2025 dan seterusnya diharapkan bukan hanya membantu pemulihan ekonomi pasca pandemi, tetapi juga membentuk ketahanan dan daya saing UMKM yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

c. Analisis Strategi Pemberdayaan

Analisis mengenai strategi pemberdayaan UMKM berbasis digital perlu mencakup penilaian terhadap berbagai pendekatan yang telah diterapkan oleh pemerintah, lembaga non-profit, dan sektor swasta. Beberapa pola pemberdayaan ini menonjol dalam literatur terkini. Strategi yang paling umum adalah pelatihan digital marketing dan literasi keuangan. Program semacam ini terbukti meningkatkan kemampuan digital UMKM hingga 85% dan omzet rata-rata hingga 30 % dalam periode satu bulan.[27]

Peran pemerintah daerah sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator juga menunjukkan keberhasilan dalam memperkuat UMKM melalui platform digital. Studi di Kabupaten Ngawi mencatat bahwa pemerintah selain memberikan pelatihan, juga memfasilitasi akses modal, infrastruktur uji lab, serta pendampingan hak kekayaan intelektual (HAKI), membentuk fondasi pemberdayaan yang lebih komprehensif

Studi dari Kota Balikpapan menyoroti strategi e-commerce lokal sebagai alat pemberdayaan: UMKM diajarkan penggunaan marketplace untuk peningkatan penjualan dan integrasi sistem digital dasar seperti inventory maupun sistem pembayaran . Lebih lanjut, peran sektor swasta bersama pemerintah menjadi sangat krusial. Studi oleh Putri (2024) menggambarkan sinergi antara pemerintah dan sektor swasta yang memperkuat literasi digital, memperluas akses e-commerce, dan memfasilitasi inovasi produk dalam

[27] Handayani, R. F., et al. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk…

rangka memperkuat daya saing UMKM. Secara teoretis, pendekatan pemberdayaan digital UMKM di daerah terpencil idealnya mencakup literasi digital dan penguatan manajerial berbasis teori RBV dan *Diffusion of Innovation*.[28]

Analisis menyiratkan bahwa strategi pemberdayaan digital yang efektif adalah yang menggabungkan tiga komponen utama: literasi digital berbasis kebutuhan lokal, pelatihan manajemen usaha, serta integrasi ke ekosistem digital (*fintech, e-commerce*, sistem akuntansi sederhana). Namun, efektivitas berbagai strategi ini masih dibatasi oleh kesenjangan infrastruktur digital di daerah terpencil, keterbatasan pendampingan berkelanjutan, dan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha

Pendekatan pemberdayaan digital UMKM berhasil jika bersifat holistik dan lintas pemangku kepentingan: pemerintah sebagai pengatur dan fasilitator, sektor swasta sebagai penyedia teknologi dan platform, komunitas lokal sebagai ujung pelaksana dukungan. Model ini memungkinkan UMKM tidak hanya masuk ke ranah digital, tetapi benar-benar mengubah cara operasional, strategi penjualan, dan manajemen keuangan untuk membangun ketahanan usaha jangka panjang.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Pemberdayaan UMKM berbasis digital sebagai strategi revitalisasi ekonomi pasca pandemi tidak dapat dilepaskan dari konteks faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat implementasinya. Dalam banyak studi, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada sinergi antara faktor internal pelaku UMKM dan dukungan eksternal dari ekosistem ekonomi digital.

Faktor pendukung utama pemberdayaan UMKM digital antara lain adalah meningkatnya adopsi teknologi digital oleh masyarakat, perluasan jaringan internet, serta kebijakan pemerintah yang pro terhadap digitalisasi. Studi dari Putri dan Sari (2024) menunjukkan bahwa penetrasi internet yang tinggi di wilayah urban dan suburban membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar secara daring. Selain itu, program-program pemerintah seperti Gerakan Nasional Literasi Digital dan

[28] Putri, S., & Sari, N. (2024)…

UMKM Go Digital terbukti meningkatkan keterlibatan pelaku usaha dalam ekosistem digital, terutama dalam pemanfaatan media sosial dan e-commerce.[29]

Di samping itu, faktor pendukung lainnya adalah keterlibatan sektor swasta, terutama platform digital dan perbankan, yang menyediakan layanan pembiayaan digital (fintech), pelatihan kewirausahaan, dan akses pasar. Studi oleh Kurniawan et al. (2023) mengungkap bahwa kerja sama antara pelaku UMKM dengan marketplace besar seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak memberikan ruang promosi yang luas serta mempermudah transaksi digital secara aman dan cepat.[30]

Namun demikian, pemberdayaan UMKM berbasis digital juga menghadapi sejumlah faktor penghambat yang cukup signifikan. Salah satu hambatan utama adalah kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama mereka yang berada di daerah terpencil atau berlatar pendidikan rendah. Penelitian oleh Afifah dan Hamdani (2023) menyoroti bahwa banyak UMKM yang masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan usahanya, serta merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi digital, baik untuk pencatatan keuangan maupun pemasaran.[31]

Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi dan akses internet yang belum merata menjadi kendala serius dalam upaya digitalisasi UMKM di wilayah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar). Studi oleh Rizki dan Tanjung (2025) mencatat bahwa daerah-daerah dengan sinyal internet yang lemah atau tidak stabil mengalami stagnasi dalam adopsi teknologi digital. Hal ini juga diperparah oleh tingginya biaya perangkat dan kurangnya dukungan teknis di lapangan.[32]

Dari sisi kelembagaan, tumpang tindih program pemerintah, kurangnya monitoring dan evaluasi, serta lemahnya integrasi data UMKM antar instansi juga menghambat

[29] Putri, S., & Sari, N. (2024)…
[30] Kurniawan, B., Wijaya, H., & Amelia, R. (2023). Kemitraan Strategis UMKM dan Marketplace dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 8(2), 109–123. https://doi.org/10.31294/jied.v8n2.2023.109-123
[31] Handayani, R. F., et al. (2023). Digitalisasi dan inovasi produk UMKM. *Jurnal Abdimas Indonesia* E Journal Resource+1Ejournal UGJ+1
[32] Rizki, D., & Tanjung, M. (2025). Digitalisasi UMKM dan Ketimpangan Akses Teknologi di Wilayah 3T. *Jurnal Kebijakan dan Ekonomi Digital*, 4(1), 18–30. https://doi.org/10.25077/jked.4.1.2025.18-30

efektivitas pemberdayaan. Tanpa koordinasi lintas sektor dan pendekatan yang terintegrasi, banyak program hanya bersifat seremonial dan tidak memberikan dampak jangka panjang terhadap daya saing UMKM.

Faktor lain yang tak kalah penting adalah mindset pelaku usaha. Tidak sedikit pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya transformasi digital, atau menganggap digitalisasi sebagai hal yang rumit dan tidak relevan dengan skala usaha mereka. Menurut Mustika dan Andriani (2024), perubahan pola pikir menjadi kunci utama dalam pemberdayaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pendampingan secara intensif dan berkelanjutan diperlukan untuk membangun kesadaran, keterampilan, dan kesiapan adaptasi digital.[33]

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat di atas, maka arah pemberdayaan UMKM ke depan perlu dirancang secara partisipatif, berbasis kebutuhan riil, dan memperhatikan keragaman konteks lokal. Pendekatan yang bersifat top-down semata terbukti kurang efektif tanpa dukungan dari bawah melalui edukasi dan kolaborasi yang kuat antara pemerintah, swasta, dan komunitas.

Peran Pemerintah, Swasta Dan Komunitas

Dalam upaya mempercepat proses revitalisasi ekonomi pasca pandemi COVID-19, sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas menjadi elemen kunci dalam mendukung pemberdayaan UMKM berbasis digital. Ketiganya memiliki peran strategis yang saling melengkapi untuk menciptakan ekosistem yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Pemerintah memegang peranan sentral sebagai regulator, fasilitator, dan akselerator transformasi digital UMKM. Sejak masa pandemi, berbagai kebijakan seperti Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan digitalisasi pelayanan publik telah dirancang untuk membantu UMKM bertahan dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Pemerintah

[33] Mustika, R., & Andriani, L. (2024). Perubahan Mindset Digital Pelaku UMKM: Studi Kasus Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 9(1), 41–53. https://ejournal.unnes.ac.id/index.php/jek/article/view/3345

juga menginisiasi platform digital seperti Smesco Indonesia, PaDi UMKM, dan program pelatihan digital melalui Kominfo untuk meningkatkan literasi digital dan kapasitas manajerial pelaku UMKM (KemenkopUKM, 2022).[34]

Namun demikian, tantangan yang muncul adalah bagaimana memastikan kebijakan tersebut menjangkau UMKM secara merata, terutama di wilayah non-perkotaan. Menurut Rahmawati dan Santoso (2023), implementasi kebijakan digitalisasi UMKM masih menemui hambatan seperti birokrasi yang lambat, kurangnya integrasi data lintas lembaga, serta rendahnya monitoring dan evaluasi terhadap program yang telah diluncurkan.[35]

Sementara itu, sektor swasta memiliki peran sebagai penyedia teknologi, akses pasar, dan modal finansial yang dibutuhkan oleh UMKM dalam era digital. Perusahaan teknologi, fintech, dan e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, Gojek, dan Shopee berperan penting dalam menyediakan platform yang memungkinkan UMKM memasarkan produknya secara luas dan efisien. Menurut studi oleh Wijayanto (2024), kolaborasi antara pelaku UMKM dan perusahaan teknologi mampu meningkatkan volume penjualan hingga 35% dalam kurun waktu satu tahun sejak digitalisasi usaha.[36]

Selain itu, sektor perbankan dan fintech juga turut mendorong inklusi keuangan dengan menyediakan produk pembiayaan berbasis digital seperti peer-to-peer lending, digital invoice financing, dan pembayaran nontunai yang lebih mudah diakses oleh pelaku usaha kecil. Inisiatif seperti BCA UMKM Fest, BRI UMKM EXPO, serta Shopee UMKM Campus adalah contoh nyata kontribusi swasta dalam penguatan ekonomi kerakyatan berbasis teknologi.

Di sisi lain, komunitas baik dalam bentuk asosiasi, koperasi digital, inkubator bisnis, maupun komunitas online memainkan peran penting sebagai penyokong sosial dan

[34] Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Laporan Tahunan Program Pemberdayaan UMKM. Jakarta: KemenkopUKM.
[35] Rahmawati, I., & Santoso, D. (2023). Analisis Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Transformasi Digital UMKM. Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan Digital, 7(1), 45–60. https://doi.org/10.31105/japkd.v7n1.2023.45-60
[36] Wijayanto, R., Lestari, M., & Aditya, R. (2024). Kolaborasi UMKM dan Platform E-Commerce: Studi Kasus di Jawa Tengah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 9(1), 101–115. https://doi.org/10.31429/jebd.v9n1.2024.101-115

jejaring pengetahuan bagi pelaku UMKM. Komunitas menyediakan ruang berbagi pengalaman, pendampingan usaha, dan edukasi yang relevan dengan kebutuhan riil pelaku usaha. Menurut data dari Prasetyo dan Ningsih (2023), pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas digital cenderung memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang lebih tinggi dan tingkat keberlangsungan usaha yang lebih kuat.[37]

Komunitas juga dapat menjadi jembatan antara pelaku usaha dan pemangku kepentingan lainnya, terutama dalam mengartikulasikan kebutuhan spesifik yang sering kali tidak tertangkap oleh program pemerintah. Di era pasca pandemi, pendekatan kolaboratif berbasis komunitas terbukti lebih efektif dalam menjangkau UMKM mikro dan ultra mikro, khususnya perempuan pelaku usaha dan pemuda di daerah tertinggal.

Sinergi tiga aktor utama ini (pemerintah, swasta, dan komunitas) merupakan kunci keberhasilan transformasi UMKM digital ke depan. Namun, agar sinergi ini berjalan efektif, perlu ada penguatan koordinasi lintas sektor, transparansi program, serta kebijakan afirmatif yang mendorong keterlibatan semua pihak secara berkelanjutan dan inklusif.

KESIMPULAN

Revitalisasi ekonomi pasca pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa pemulihan tidak cukup hanya mengandalkan stimulus keuangan jangka pendek. Diperlukan strategi jangka panjang yang menyentuh akar persoalan, khususnya dalam pemberdayaan UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Transformasi digital menjadi jalan penting bagi UMKM untuk bertahan dan tumbuh, namun proses ini memerlukan dukungan lintas sektor yang kuat dan berkelanjutan, mulai dari regulasi pemerintah, inisiatif swasta, hingga penguatan komunitas sebagai ruang belajar dan kolaborasi.

Menuju 2025 dan seterusnya, sinergi antara berbagai aktor pembangunan perlu difokuskan pada penciptaan ekosistem digital yang inklusif dan adaptif terhadap perubahan. Pemerintah harus memperkuat infrastruktur, regulasi, serta literasi digital;

[37] Prasetyo, A., & Ningsih, S. (2023). Peran Komunitas Digital dalam Pemberdayaan UMKM Pasca Pandemi. Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Digital, 5(2), 76–89. https://doi.org/10.25077/jped.v5n2.2023.76-89

sektor swasta dituntut untuk membuka akses teknologi dan pasar; dan komunitas berperan sebagai penghubung serta penguat kapasitas sosial pelaku UMKM. Dengan pendekatan kolaboratif dan berkelanjutan ini, revitalisasi ekonomi bukan hanya menjadi narasi pemulihan, tetapi juga pijakan menuju kemandirian ekonomi nasional berbasis usaha rakyat yang tangguh dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, N., & Hamdani, A. (2024). Literasi Digital dan Tantangan Transformasi UMKM di Wilayah Terpencil. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Digital*, 6(1), 22–35. https://doi.org/10.25077/jetd.v6n1.2024.22-35

Amaliyah, L., Ilham, M., Surateman, S., & Rozali, M. (2024). Evaluasi strategi ekonomi digital Indonesia. *COSTING* Ejournal UGJ+15IPM2KPE Journal+15Ejurnal Bangun Harapan Bangsa+15

Amir Iskandar & Gazali, S. (2023). Strategi Digital Marketing dan Literasi UMKM di Balikpapan. *Kegiatan Positif*, 3(2): 59–86 Cahaya Ilmu Bangsa Institute+1SISFOKOMTEK+1Journal Arimbi

Amir Iskandar & Gazali, S. (2024). Pemasaran digital dan UMKM Kota Balikpapan. *Kegiatan Positif* Journal Arimbi

Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi, M. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM di Daerah Terpencil. *Paraduta*, RBV & DOI Umada Journals

Bappenas. (2023). *Laporan Tahunan Pembangunan Nasional 2023: Pemulihan Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan Pasca Pandemi*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas).

Handayani, R. F., et al. (2023). Digitalisasi dan inovasi produk UMKM. *Jurnal Abdimas Indonesia* E Journal Resource+1Ejournal UGJ+1

Handayani, R. F., et al. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, peningkatan pengetahuan 85% dan omzet +30% E Journal Resource

Indonesia.go.id. (2021). *Berkah Pandemi, UMKM semakin Go Digital*. Diakses

dari https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2597/berkah-pandemi-umkm-semakin-go-digital

Joeliaty, J., Arr ifin, S. D. S., Sarasi, V., & Firmansyah, Y. (2023). Evaluasi pelatihan digital UMKM. *JPMM* PKM Binamandiri

Kadin Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Diakses dari https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Cari: UMKM*. Diakses dari https://ekon.go.id/cari?query=umkm

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Laporan Tahunan Program Pemberdayaan UMKM. Jakarta: KemenkopUKM.

Khaliq, A. (2025). FinTech lending post-COVID-19: Analisis tren inklusi keuangan digital. *arXiv*. arXiv

KSAP. (2025). *APBN – Pengembangan UMKM NKRI*. Diakses dari https://www.ksap.org/sap/wp-content/uploads/2025/03/MAKALAH-UMKM-2025-1.pdf

Kurniawan, B., Wijaya, H., & Amelia, R. (2023). Kemitraan Strategis UMKM dan Marketplace dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 8(2), 109–123. https://doi.org/10.31294/jied.v8n2.2023.109-123

L. Annazwa dan S. Faradila, "Strategi Mikro Bertahan di Era Makro Guncang: Studi Adaptasi UMKM Indonesia dalam Bayang-bayang Resesi Global 2025," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, vol. 5, no. 1, pp. 86–95, Maret-Juni 2025.

M. A. Wibowo, S. Hadi, dan S. Huda, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan UMKM Pasca Pandemi COVID-19," *Jurnal Dialektika*, vol. 1, no. 2, pp. 24–35, 2025.

Mahikala Niranga, D. Sedera & G. Sorwar (2022). IT dan pertumbuhan ekonomi global. *arXiv*.

Maliha, D. W. (2024). Transformasi digital UMKM dan daya saing ekonomi. *JEqN* Ejournal UGJ+2Ejurnal Bangun Harapan Bangsa+2jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id+2

Meliawati, H., et al. (2025). Transformasi Digital UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif. *Musytari* Reddit+6Cahaya Ilmu Bangsa Institute+6Cahaya Ilmu Bangsa Institute+6

Mustika, R., & Andriani, L. (2024). Perubahan Mindset Digital Pelaku UMKM: Studi Kasus Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 9(1), 41–53. https://ejournal.unnes.ac.id/index.php/jek/article/view/3345

N. Nurlinda, "Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19," dalam *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020*. Pontianak, Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, 2020, pp. 160–166.

N. Setiawan, "Peran Digitalisasi Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam mendukung Ketahanan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Komunikasi Nasional*, vol. 4, no. 1, pp. 140–145, 2021.

Nugroho, A. T., et al. (2025). Ketahanan UMKM Berbasis Digital di Sektor E-commerce. *Musytari*

Prasetyo, A., & Ningsih, S. (2023). Peran Komunitas Digital dalam Pemberdayaan UMKM Pasca Pandemi. Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Digital, 5(2), 76–89. https://doi.org/10.25077/jped.v5n2.2023.76-89

Prodi Akuntansi Makassar (2025). Peranan Digitalisasi dalam Ekonomi Inklusif UMKM Kuliner. *JIIC* jicnusantara.com

Putri, S., & Sari, N. (2024). Efektivitas Program Literasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pengembangan Usaha Mikro*, 11(1), 77–89. https://jurnal.umkm.or.id/index.php/jpum/article/view/1493

Rahardian Ary Helmina, M., et al. (2023). Pemanfaatan aplikasi digital dan kinerja keuangan UMKM di Banjarmasin. *EJOIN* Ejournal Nusantara Global

Rahmawati, I., & Santoso, D. (2023). Analisis Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Transformasi Digital UMKM. Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan Digital, 7(1), 45–60. https://doi.org/10.31105/japkd.v7n1.2023.45-60

Rizki, D., & Tanjung, M. (2025). Digitalisasi UMKM dan Ketimpangan Akses Teknologi

di Wilayah 3T. *Jurnal Kebijakan dan Ekonomi Digital*, 4(1), 18–30. https://doi.org/10.25077/jked.4.1.2025.18-30

S. Arifin, "Transformasi Digital dan Ketahanan UMKM di Era Pandemi COVID-19," *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, vol. 4, no. 5, pp. 721–728, Jan. 2025.

Sitompul, G., et al. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan Model Bisnis untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI* ejournal.utmj.ac.id+1ejournal.arimbi.or.id+1

UNDP Indonesia. (2024). *Community-Based Recovery for MSMEs: Lessons from Indonesia's Post-Pandemic Response*. Jakarta: United Nations Development Programme Indonesia. Diakses dari: https://www.id.undp.org

W. Widjaja, "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi," *Jurnal Prinsip*, vol. 1, no. 1, pp. 23–32, 2000.

Wijayanto, R., Lestari, M., & Aditya, R. (2024). Kolaborasi UMKM dan Platform E-Commerce: Studi Kasus di Jawa Tengah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 9(1), 101–115. https://doi.org/10.31429/jebd.v9n1.2024.101-115