

## **PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UMKM DI JEPARA**

**Nailil Muna<sup>1</sup>, Aminudin<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Al Hikmah Jepara

\*Corresponding Author: [munanailil45@gmail.com](mailto:munanailil45@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Di era digitalisasi ini, para pelaku UMKM dituntut untuk bisa adaptif dalam menggunakan teknologi digital, terutama dalam mengelola maupun mempromosikan usaha mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Jepara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan 5 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM, serta transformasi digital merupakan proses bertahap dan kontekstual yang dipengaruhi oleh kapasitas internal dan dukungan ekosistem digital yang baik.

**Kata Kunci : Transformasi Digital, UMKM, Digitalisasi, Sustainability**

### *ABSTRACT*

*In this era of digitalization, MSMEs are required to be adaptive in using digital technology, especially in managing and promoting their businesses. This study aims to determine the impact of digital transformation on the performance of MSMEs in Jepara Regency. The study used a qualitative approach with five respondents. The results indicate that digital transformation in MSMEs can improve MSME performance and that digital transformation is a gradual and contextual process influenced by internal capacity and the support of a strong digital ecosystem.*

**Keywords: Digital Transformation, MSMEs, Digitalization, Sustainability**

## **PENDAHULUAN**

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang secara signifikan mengubah tata cara bisnis. Transformasi digital telah berkembang menjadi strategi yang vital bagi semua jenis perusahaan, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terutama di era yang ditandai oleh kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi seperti *artificial intelligence*, *cloud computing*, dan Internet of Things memainkan peran krusial dalam memfasilitasi pencapaian SDGs, yang menyoroti pentingnya strategis transformasi digital (Plekhanov et al., 2023).

Untuk meningkatkan daya saing UMKM saat ini, UMKM harus memanfaatkan teknologi informasi secara efektif serta menerapkan keterampilan dan kemampuan mereka (Prasanna et al., 2019). Selain itu, sangat penting bagi perusahaan untuk menjalankan strategi bisnis dengan menggunakan teknologi informasi dan mengoptimalkan proses kerja yang melibatkan pemanfaatan sistem komputer dan peningkatan kinerja bisnis dalam memenuhi permintaan pasar (Chiu & Cho, 2019). Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis telah diakui secara luas. Digitalisasi merupakan fenomena yang mencakup berbagai dimensi, termasuk kewirausahaan digital, strategi digital, proses digital, dan pendidikan digital (Kraus dkk., 2019).

Banyak ahli menyatakan bahwa peningkatan produktivitas dan kinerja UMKM membutuhkan peran teknologi digital (Papadopoulos, Baltas, dan Balta 2020). Teknologi digital berperan penting dalam kinerja UMKM di masa sekarang ini. Sebagian besar proses bisnis dan administrasi harus dilakukan secara digital. Akibatnya, digitalisasi dalam bisnis UMKM tidak hanya dilakukan dalam proses bisnis dari perusahaan ke pelanggan tetapi juga dalam proses dari perusahaan ke karyawan. Hal ini membuat infrastruktur UMKM dan pelanggan siap untuk transformasi digital. Data Kementerian Koperasi dan UMKM, saat ini terdapat 64 juta pelaku UMKM, dan hanya sekitar 8 juta atau sekitar 13% yang sudah terhubung dengan dunia digital (D. Andriani 2020).

Di era digital ini, kebutuhan akan transformasi digital di berbagai industri merupakan fenomena penting yang tak terelakkan, terutama di era revolusi industri 4.0 yang menuntut perubahan besar pada gaya hidup dan cara kerja perusahaan, termasuk UMKM. UMKM membutuhkan peran teknologi digital untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas (Papadopoulos et al., 2020). Transformasi digital merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi bisnis saat ini. Transformasi digital mencakup perubahan besar yang terjadi di

masyarakat dan industri melalui pemanfaatan teknologi digital di tingkat organisasi (Agarwal et al., 2010).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana para pelaku UMKM di Jepara dalam menghadapi adanya transformasi digital dalam menjalankan bisnis UMKMnya.

### **Transformasi Digital**

Transformasi digital didefinisikan sebagai proses melakukan sesuatu secara berbeda dengan menciptakan desain bisnis baru melalui aplikasi teknologi digital. Hal ini melampaui sekadar otomatisasi atau pengintegrasian teknologi ke dalam proses yang ada (digitalisasi) untuk mengoptimalkan rantai nilai saat ini. Transformasi digital melibatkan modifikasi model bisnis, perubahan rantai nilai, dan penciptaan produk dan layanan baru melalui aplikasi. Hal ini mengarah pada peningkatan cara penyampaian nilai kepada pelanggan (Ben Slimane et al., 2022).

Indikator-indikator variabel Transformasi Digital diantaranya, 1) Pemanfaatan Perangkat Lunak: Aplikasi perangkat lunak untuk memfasilitasi operasi perusahaan, 2) Pelatihan dan Pengembangan: Inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kemahiran dalam keterampilan digital; 3) E-commerce: Proses penjualan dan promosi barang atau jasa melalui platform daring; dan 4) Kesiapan Teknologi: Kesiapan perusahaan untuk menerima dan menggunakan teknologi baru (Oktavenus, 2019).

Transformasi digital muncul ditandai oleh pengaruh teknologi canggih seperti komputasi awan, media sosial, platform seluler, analitik, dan Internet of Things yang dikenal sebagai teknologi SMACIT (White, 2008). Transformasi ini mencakup penggabungan teknologi digital ke dalam aktivitas bisnis fundamental dalam kerangka ekonomi digital, serta pemanfaatan inovasi untuk mengoptimalkan fungsi organisasi dan memperluas jangkauan global (Westerman & Bonnet, 2014). Menurut Hess et al (2016), transformasi digital mempengaruhi organisasi pada tiga tingkatan: siklus hidup bisnis dan pengalaman pelanggan, aspek internal seperti tujuan strategis dan struktur organisasi, serta kemunculan model bisnis baru. Vial & Baudoin (2019) menekankan bahwa transformasi digital mengubah cara organisasi bekerja, berpikir, dan menyediakan layanan. Transformasi digital melibatkan adopsi instrumen seperti ritel daring dan platform social untuk meningkatkan kinerja, mendorong inovasi, dan mempertahankan daya saing (Matt et al., 2015).

## **Kinerja UMKM**

Kinerja merupakan alat ukur yang digunakan sebagai indikator keberhasilan usahadalam mencapai tujuan usaha. Definisi kinerja UMKM menurut Pramestiningrum dan Iramani (2020) adalah hasil kerja yang dicapaioleh UMKM pada periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu serta menyesuaikan dengan peranatau tugas dari tujuan UMKM. Banyak kriteria yang dipakai untuk menilai kinerja Perusahaan diantaranya yaitu kinerja finansial dan kinerja nonfinansial (Fernita dan Setiawan, 2020). Merujuk Siswanti (2015) dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja UMKM yaitu pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan keuntungan. Jadi secara umum, pengukuran kinerja dapat dikategorikan menjadiukuran finansial dan non-finansial.

Kinerja bisnis UKM mencakup berbagai aspek, seperti pencapaian target keuangan, kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan inovasi berkelanjutan. Definisi ini menekankan bahwa kinerja bisnis tidak hanya diukur dari aspek keuangan tetapi juga dari bagaimana UKM mampu mempertahankan kepuasan pelanggan dan terus berinovasi agar tetap relevan di pasar (Mulyadi, 2013).

Di era digital, kinerja bisnis UKM semakin ditentukan oleh kemampuan mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital. UKM yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional mereka cenderung lebih efisien dan mampu menawarkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, inovasi berkelanjutan menggunakan teknologi juga merupakan faktor penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kesuksesan perusahaan jangka panjang (Johnson dkk., 2024).

## **Pengaruh Transformasi Digital terhadap Kinerja UMKM**

Penerapan teknologi digital oleh UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut teori difusi inovasi Rogers (2003), seperti keunggulan relatif, kesesuaian dengan proses bisnis, kompleksitas, uji coba, dan hasil yang dapat diamati. Dari perspektif Resource-Based View (RBV), teknologi digital merupakan sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif jika dikelola dengan baik (Widagdo et al., 2019). Pemanfaatan internet kini menjadi kebutuhan dasar bagi UMKM untuk berkembang. Penggunaan media sosial memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih luas dan mengelola hubungan

secara efektif (Van Scheers, 2016), sementara e-commerce memperkuat hubungan dengan klien (Alawi et al., 2018). Platform seperti Instagram juga efektif untuk promosi produk (Hamdi et al., 2021).

UMKM yang mengadopsi teknologi digital, seperti penggunaan e-commerce, sistem manajemen berbasis digital, dan media sosial, mengalami peningkatan signifikan dalam efisiensi operasional, perluasan pasar, dan inovasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital dapat mencapai kinerja bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang belum menerapkan transformasi digital. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan memperluas akses pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Vial & Baudoin, 2019; Matt & Rauch, 2020). Dalam konteks Indonesia, di mana UMKM sering menghadapi keterbatasan akses ke pasar dan sumber daya, transformasi digital menawarkan solusi efektif untuk mengatasi tantangan tersebut.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Lokasi penelitian berada di Kabupaten Jepara. Informan penelitian berjumlah 5 (lima) pelaku UMKM yang dipilih secara purposive dengan kriteria telah menjalankan usaha minimal dua tahun serta memiliki pengalaman dalam pemanfaatan teknologi digital. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam untuk menggali pengalaman dan persepsi informan terkait transformasi digital dan kinerja UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan konfirmasi hasil temuan kepada informan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini menggambarkan pengalaman dan praktik pelaku UMKM di Kabupaten Jepara dalam memaknai transformasi digital serta kaitannya dengan kinerja usaha. Secara umum, informan menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi digital, meskipun tingkat pemahaman dan penerapannya masih beragam.

**Tabel 1. Ringkasan Hasil Wawancara Informan**

	Transformasi Digital	Kinerja UMKM
--	----------------------	--------------

Kode Informan	Pemanfaatan Perangkat Lunak	Pelatihan kemahiran dalam keterampilan digital	Penggunaan E-Commerce	Kesiapan Teknologi	Pertumbuhan penjualan,	Pertumbuhan pelanggan,	Pertumbuhan keuntungan
1	Sudah mulai menggunakan bantuan perangkat lunak dalam mengelola usaha	Mengikuti beberapa pelatihan / workshop untuk menunjang skill	Menggunakan e-commerce untuk promosi dan jual beli	Sangat siap	Usaha lebih terkontrol dan penjualan meningkat	Pelanggan meningkat	Keuntungan meningkat
2	Sudah mulai menggunakan bantuan perangkat lunak dalam mengelola usaha	Tidak mengikuti pelatihan, belajar secara otodidak	Hanya menggunakan status whatsapp	Siap namun proses adaptasi cukup memakan waktu	Penjualan meningkat, namun belum stabil	Usaha mulai dikenal konsumen	Keuntungan lambat laun meningkat, asal rajin memposting status di whatsapp
3	Sudah mulai menggunakan bantuan perangkat lunak dalam mengelola usaha	Mengikuti workshop online	Menggunakan e-commerce untuk promosi dan jual beli	Sangat siap	Penjualan sudah mulai stabil	Pelanggan relatif stabil	Keuntungan masih stabil
4	Sudah mulai menggunakan bantuan perangkat lunak dalam mengelola usaha	Tidak mengikuti pelatihan, belajar secara otodidak	Menggunakan e-commerce untuk promosi dan jual beli	Sangat siap	Usaha lebih terkontrol dan penjualan meningkat	Pelanggan meningkat	Keuntungan meningkat
5	Sudah mulai menggunakan bantuan perangkat lunak dalam mengelola usaha	Mengikuti beberapa pelatihan / workshop untuk menunjang skill	Menggunakan e-commerce untuk promosi dan jual beli	Sangat siap	Usaha lebih terkontrol dan penjualan meningkat	Pelanggan meningkat	Keuntungan meningkat

Sumber : Data Primer di Olah (2026)

Berdasarkan tabel 1, penelitian ini menunjukkan bahwa informan yang memanfaatkan perangkat lunak dalam mengelola usaha mereka, bersedia meningkatkan keterampilan teknologi baik melalui pelatihan atau kursus online, menggunakan beberapa platform e-commerce untuk mempromosikan usaha atau jasa mereka serta adaptif terhadap teknologi dapat meningkatkan penjualan, pelanggan bahkan keuntungan mereka.

Transformasi digital pada UMKM di Kabupaten Jepara, sebagaimana tercermin dalam Tabel 1, umumnya sudah mahir dalam menggunakan teknologi, meskipun terdapat informan yang masih pada tahap awal dan berfokus pada aktivitas pemasaran dan komunikasi melalui

media sosial serta aplikasi pesan instan. Meskipun demikian, digitalisasi tersebut telah memberikan dampak nyata berupa peningkatan visibilitas usaha dan perluasan jangkauan pasar. Temuan ini berbeda dari asumsi normatif dalam banyak penelitian kuantitatif yang menganggap transformasi digital sebagai proses yang seragam dan komprehensif. Penelitian ini justru menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM bersifat bertahap, selektif, dan diperlukan konsistensi dalam mengelola usaha melalui teknologi digital.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja UMKM di wilayah perdesaan memerlukan pendekatan pemberdayaan yang holistik dan kontekstual. Transformasi digital yang tidak diimbangi dengan literasi digital berpotensi menghasilkan dampak yang terbatas, sementara hal tersebut dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong keberlanjutan UMKM (OECD, 2021; World Bank, 2020).

## **SIMPULAN**

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di Kabupaten Jepara sudah menyadari akan pentingnya teknologi digital dalam menunjang usaha mereka. Meskipun dimulai dari 1 sosial media hal tersebut berdampak pada meningkatnya konsumen, sebab usaha mereka sudah mulai dikenal oleh masyarakat. Literasi digital ini mereka dapatkan dari mengikuti beberapa pelatihan / workshop, kursus online, bahkan belajar secara otodidak. Di era digitalisasi ini mereka beranggapan bahwa para pelaku UMKM harus adaptif dengan teknologi, karena terbukti dengan adanya pemanfaatan teknologi dalam mempromosikan produk atau jasa berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini akan mendorong keberlangsungan UMKM di Kabupaten Jepara dalam jangka panjang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agarwal, R., Gao, G., DesRoches, C., & Jha, A. K. (2010). Research commentary—The digital transformation of healthcare: Current status and the road ahead. *Information systems research*, 21(4), 796-809.
- Ben Slimane, S., Coeurderoy, R., & Mhenni, H. (2022). Digital transformation of small and medium enterprises: A systematic literature review and an integrative framework. *International Studies of Management & Organization*, 52(2), 96–120.
- Chiu, W., & Cho, H. (2019). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6), 333-343.
- Hess, T., Benlian, A., Matt, C., & Wiesböck, F. (2016). Options for formulating a digital transformation strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 345-355.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
- Oktavenus, R. (2019). Analisis Pengaruh Transformasi Digital dan Pola Perilaku Konsumen Terhadap Perubahan Bisnis Model Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(5), 44–48.
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International journal of information management*, 55, 102192.
- Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. H. (2023). Digital transformation: A review and research agenda. *European Management Journal*, 41(6), 414-424.
- Prasanna, R. P. I. R., Jayasundara, J. M. S. B., Naradda Gamage, S. K., Ekanayake, E. M. S., Rajapakshe, P. S. K., & Abeyrathne, G. A. K. N. J. (2019). Sustainability of SMEs in the competition: A systemic review on technological challenges and SME performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(4), 100.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Massachusetts: Harvard Business Press.
- White, H. C. (2008). *Identity and control: How social formations emerge*. New Jersey: Princeton university press.