



TRANSFORMATION OF MSME ORGANIZATIONS IN THE DIGITAL ERA: THE KEY TO MSME SUSTAINABILITY AMID REVOLUTION 5.0

TRANSFORMASI ORGANISASI UMKM DI ERA DIGITAL: KUNCI KEBERLANJUTAN UMKM DI TENGAH REVOLUSI 5.0

Tomi Saputra¹, Rini Kania², Muhammad Roihan³, Titus Indraja⁴

Program Magister Administrasi Bisnis, Universitas Respati Indonesia

E-mail: tomisaputradewantara@gmail.com¹, riniyahimnaera@gmail.com², roihan.diab7@gmail.com³, titus@urindo.ac.id⁴

ARTICLE INFO

Correspondent:

Tomi Saputra

tomisaputradewantara@gmail.com

Keywords:

Organizational Transformation, UMKM, Digital Era, Business Sustainability, Revolution 5.0, Society 5.0.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1782 - 1793

ABSTRACT

UMKM play a crucial role as the backbone of Indonesia's economy; however, their sustainability is increasingly challenged by rapid technological advancement in the era of Industry 5.0. This era emphasizes the integration of advanced digital technologies with a human-centered approach, requiring UMKM to undertake not only operational digitalization but also comprehensive organizational transformation. This study aims to examine the role of digital transformation as a key driver of UMKM sustainability in the Industry 5.0 context by analyzing organizational transformation dimensions, success factors, challenges, and emerging opportunities. The research adopts a qualitative approach using a literature review of relevant national and international studies published over the past ten years, focusing on digital transformation, UMKM, business sustainability, and Industry 5.0. The findings indicate that digital transformation significantly enhances operational efficiency, customer engagement, business model innovation, and data-driven decision-making. The success of digital transformation in UMKM is strongly influenced by adaptive leadership, workforce readiness, an innovation-oriented organizational culture, and the effective integration of appropriate digital technologies. Despite facing constraints related to digital literacy, infrastructure, networking, and social factors, UMKM benefit from substantial opportunities, including market expansion, operational efficiency, digital capability development, and ecosystem collaboration. Therefore, a holistic and strategically aligned digital transformation is essential for strengthening competitiveness and ensuring the long-term sustainability of UMKM in the Industry 5.0 era.

Copyright © 2026 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden:**Tomi Saputra***tomisaputradewantara@gmail.com***Kata kunci:****Transformasi Organisasi, UMKM, Era Digital, Keberlanjutan Bisnis, Revolusi 5.0, Society 5.0.****Website:***<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>***Hal: 1782 - 1793**

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, namun keberlanjutannya menghadapi tantangan serius seiring percepatan perkembangan teknologi pada era Revolusi Industri 5.0. Era ini menekankan integrasi teknologi digital canggih dengan pendekatan human-centric, sehingga menuntut UMKM tidak hanya melakukan digitalisasi operasional, tetapi juga transformasi organisasi secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran transformasi digital sebagai kunci keberlanjutan UMKM di era Revolusi 5.0 dengan menelaah dimensi transformasi organisasi, faktor keberhasilan, tantangan, serta peluang yang dihadapi UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui literature review terhadap berbagai artikel ilmiah, jurnal nasional dan internasional, serta laporan penelitian yang relevan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional, peningkatan hubungan dengan pelanggan, inovasi model bisnis, serta pengambilan keputusan berbasis data. Keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh kepemimpinan adaptif, kesiapan sumber daya manusia, budaya organisasi yang inovatif, dan integrasi teknologi yang tepat guna. Meskipun UMKM menghadapi tantangan berupa keterbatasan literasi digital, infrastruktur, jejaring, dan aspek sosial, transformasi digital juga membuka peluang besar dalam perluasan pasar, peningkatan efisiensi, penguatan literasi digital, dan kolaborasi ekosistem. Oleh karena itu, transformasi digital yang terencana dan holistik menjadi strategi fundamental untuk meningkatkan daya saing dan menjamin keberlanjutan UMKM di era Revolusi Industri 5.0.

Copyright © 2026 JSER. All rights reserved

PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan ekonomi global yang penuh dinamika, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tetap menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. UMKM bukan hanya sekadar sektor bisnis, tetapi juga pilar penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Dari kota besar hingga pelosok desa, UMKM hadir sebagai motor penggerak yang menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat daya saing bangsa di kancah internasional.

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2024 jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha. Data terverifikasi hingga akhir 2024 menunjukkan sekitar 30,18 juta UMKM yang terdata, mayoritas usaha mikro sekitar 30,09 juta, usaha kecil 73 ribu, dan usaha menengah 15 ribu. Kontribusi UMKM menunjukkan bahwa lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia terserap di sektor UMKM. Selain itu, UMKM juga menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Angka ini membuktikan bahwa keberadaan UMKM bukan sekadar pelengkap, melainkan fondasi utama yang menopang ekonomi bangsa.

UMKM juga memiliki fleksibilitas tinggi dalam menghadapi perubahan pasar. Ketika perusahaan besar terpukul oleh krisis, UMKM seringkali tetap bertahan karena mampu beradaptasi dengan cepat. Fleksibilitas ini menjadikan UMKM sebagai penyangga ekonomi yang tangguh.

Transformasi digital UMKM Indonesia menunjukkan lonjakan signifikan dalam tiga tahun terakhir. Hingga Mei 2024, tercatat sebanyak 25,45 juta UMKM telah berhasil masuk ke ekosistem digital. Angka ini mendekati target pemerintah, yakni 30 juta UMKM go digital pada akhir 2024. Namun demikian masih ada sekitar 68% yang belum sepenuhnya memanfaatkan ruang digital. Sehingga keberadaan dan stabilitas UMKM saat ini berada di persimpangan jalan dengan percepatan inovasi yang dibawa oleh evolusi teknologi global. Setelah era Revolusi Industri 4.0 yang berfokus pada otomatisasi dan pertukaran data, dunia kini bergerak menuju **Revolusi Industri 5.0 (Society 5.0)**. Revolusi 5.0 ditandai dengan penciptaan masyarakat super cerdas (Super Smart Society) di mana integrasi antara ruang fisik (dunia nyata) dan ruang siber (teknologi) mencapai tingkat tertinggi, dengan penekanan pada aspek *human-centric* (Fukuda, 2020). Teknologi seperti Kecerdasan Buatan (AI), *Big Data Analytics*, dan *Internet of Things* (IoT) tidak lagi hanya menjadi alat operasional, melainkan telah menjadi *enabler* untuk menciptakan nilai sosial dan mengatasi masalah kemanusiaan.

Bagi UMKM, pergeseran ini menimbulkan dilema yang kompleks. Di satu sisi, teknologi 5.0 menawarkan peluang luar biasa untuk efisiensi, personalisasi produk, dan akses pasar global yang belum pernah ada sebelumnya. Di sisi lain, UMKM yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya, modal, dan terutama literasi digital, berisiko mengalami disrupsi total dan kehilangan daya saing jika mereka gagal mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi ini ke dalam struktur inti organisasi mereka (OECD, 2022). Oleh karena itu, *transformasi digital* – yang diartikan sebagai perubahan mendasar dalam cara berbisnis melalui adopsi teknologi – bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan strategis untuk menjamin **keberlanjutan** (sustainability).

Transformasi digital UMKM di Era Industri 5.0 merupakan sebuah evolusi yang penting dalam menghadapi tantangan dan peluang yang muncul dalam era digital saat ini. Berbagai penelitian menyoroti peran transformasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM (Hasan *et al.*, 2021). Transformasi digital tidak hanya mencakup penerapan teknologi digital, tetapi juga melibatkan integrasi teknologi ke dalam seluruh aspek bisnis, termasuk pemasaran, penjualan, dan hubungan dengan pelanggan (Asnawiyah *et al.*, 2022). Studi juga menunjukkan bahwa UMKM perlu memahami pentingnya keamanan siber dalam memanfaatkan media digital untuk berjualan dan berinteraksi dengan pelanggan (Suartana *et al.*, 2022). Selain itu, penguasaan teknologi dan inovasi digital menjadi kunci bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat (Hardi *et al.*, 2022). Transformasi digital UMKM tidak hanya sekedar mengadopsi teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan dalam pola pikir, strategi bisnis, dan interaksi dengan pelanggan.

Transformasi digital dalam Revolusi 5.0 merupakan sebuah proses yang melibatkan berbagai aspek strategis dan teknologi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Berdasarkan penelitian terdahulu, transformasi digital UMKM memerlukan pemikiran ulang terhadap model bisnis yang ada (Bouwman *et al.*, 2019). Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya sekedar mengadopsi teknologi, tetapi juga melibatkan inovasi dalam model bisnis yang dapat meningkatkan kinerja UMKM (Priyono *et al.*, 2020).

Transformasi yang diperlukan UMKM harus melampaui sekadar digitalisasi pemasaran atau penjualan; transformasi harus menyentuh ranah *organisasi*. Ini mencakup perubahan pada model bisnis, proses internal, tata kelola sumber daya manusia, hingga budaya adaptif. Pengembangan UMKM digital bisa menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM agar tetap eksis (Indrajaya *et al.*, 2022).

Meskipun urgensi transformasi digital diakui secara luas, implementasinya di tingkat UMKM masih menghadapi beberapa kendala fundamental, seperti kesenjangan kapabilitas digital dimana mayoritas pemilik dan karyawan UMKM memiliki tingkat literasi dan keterampilan digital yang rendah sehingga menghambat adopsi teknologi canggih seperti AI atau *cloud computing*, keterbatasan finansial dan skala dimana investasi teknologi 5.0 seringkali membutuhkan modal awal yang besar dan infrastruktur yang kompleks, yang sulit dipenuhi oleh UMKM berskala kecil, resistensi organisasi terhadap perubahan dimana struktur organisasi UMKM yang cenderung kaku dan budaya yang telah berjalan turun-temurun seringkali menolak perubahan signifikan dalam proses kerja dan pengambilan keputusan berbasis data (Nadkarni & Hofmann, 2020) dan kurangnya model transformasi terstruktur dimana belum adanya kerangka kerja atau panduan transformatif yang spesifik dan mudah diterapkan (*scalable*) yang dirancang khusus untuk konteks keterbatasan sumber daya pada UMKM.

Berdasarkan kendala tersebut, bagaimana dimensi-dimensi transformasi organisasi melalui transformasi digital (termasuk model bisnis, proses bisnis, SDM dan budaya) UMKM harus disesuaikan dan diintegrasikan dengan teknologi 5.0 untuk mencapai keberlanjutan dan daya saing yang tinggi di era industri 5.0. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengkaji secara mendalam bagaimana UMKM dapat melakukan transformasi organisasi secara holistik dan efektif dengan melakukan transformasi digital sebagai kunci vital untuk bertahan dan tumbuh di tengah gelombang Revolusi 5.0. Bagaimana kerangka konseptual transformasi organisasi melalui transformasi digital untuk UMKM pada konteks Revolusi 5.0, mengidentifikasi tantangan dan peluang transformasi digital dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis UMKM di era Revolusi 5.0.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan literature review (tinjauan pustaka) adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena atau topik tertentu dengan menggali sumber-sumber literatur yang relevan, baik itu artikel, buku, jurnal, laporan, maupun penelitian terdahulu. Dimana berupa *research* dan *review paper* yang berasal dari berbagai *database* jurnal ilmiah seperti *google scholar* dan *semantic scholar*, penelitian yang dipilih merupakan penelitian yang diterbitkan selama 10 tahun terakhir dan membahas mengenai transformasi digital, keberlanjutan bisnis dan revolusi 5.0. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian ini ada beberapa meliputi (1) Transformasi Digital; (2) UMKM; (3) Keberlanjutan Bisnis; dan (4) Revolusi 5.0. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan menganalisis konsep, teori, dan temuan-temuan yang ada dalam literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Digital UMKM

Transformasi digital telah mengubah cara organisasi beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Di era digital ini, transformasi digital telah menjadi keharusan bagi

organisasi yang ingin tetap eksis. Transformasi digital, dengan penerapan teknologi, memberikan dukungan yang optimal bagi perkembangan organisasi. Transformasi digital memiliki potensi besar untuk mengubah organisasi menjadi lebih efisien, inovatif, dan responsif terhadap perubahan pasar. Pertanyaannya bagaimana transformasi digital menjadi pilar pendukung kesuksesan organisasi?

Kerangka konseptual transformasi digital di era Revolusi 5.0 sebagai pilar pendukung kesuksesan organisasi adalah sebagai berikut (Damayanti, 2025) :

a. Efisiensi Operasional melalui Transformasi Digital

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan transformasi digital pada UMKM di Indonesia terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan dan daya saing usaha. Studi terkini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital seperti platform *e-commerce*, media sosial, dan sistem informasi manajemen mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menaikkan pendapatan UMKM. Misalnya, pemanfaatan *e-commerce* secara nyata membantu meningkatkan pendapatan serta memperluas akses pasar, sedangkan penggunaan media sosial memperkuat kegiatan promosi dan membangun interaksi yang lebih baik dengan pelanggan. (Sampetoding & Er, 2024)

b. Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan

Selain efisiensi operasional, transformasi digital juga membantu organisasi dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan. UMKM mampu berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler. Pemahaman perilaku pelanggan melalui transformasi digital dapat meningkatkan layanan kepada pelanggan seperti pemasaran digital, layanan pelanggan berbasis AI, dan program peningkatan loyalitas pelanggan yang menjadi landasan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan. Pada era Revolusi 5.0 UMKM bisa menghadirkan pengalaman pelanggan berbasis nilai yang fokus pada penciptaan nilai jangka panjang dan hubungan emosional, bukan sekedar transaksi.

c. Inovasi dan Model Bisnis Terkini

Selanjutnya, transformasi digital di era Revolusi 5.0 juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mengembangkan inovasi baru dan menciptakan model bisnis yang terkini. Pemanfaatan teknologi canggih, seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)* dan Big Data dapat mengeksplorasi peluang baru dan menghadirkan produk dan layanan yang revolusioner serta model bisnis yang lebih adaptif. Dengan terus berinovasi, UMKM dapat tetap bersaing dalam pasar yang terus berubah, menangkap peluang baru, dan mengatasi tantangan yang muncul di era Revolusi 5.0. Peningkatan efektivitas operasional inovasi dalam proses bisnis melalui transformasi digital tidak hanya membawa perubahan dalam produk dan layanan tetapi juga meningkatkan efektivitas operasional organisasi.

d. Pengambilan Keputusan Berbasis Data

Terakhir, transformasi digital juga dapat mempercepat dalam pengambilan keputusan berbasis data. Analisis dan pemanfaatan data, transformasi digital memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data dalam pengambilan keputusan. Identifikasi tren dan pola pelanggan, dengan memanfaatkan kecerdasan buatan, organisasi dapat mengidentifikasi tren produk dan pola pelanggan yang berguna untuk mengoptimalkan operasional, memprediksi permintaan pasar, dan mengambil keputusan yang lebih cepat. Respons cepat terhadap perubahan, pengambilan keputusan yang cepat dan berdasarkan data

memungkinkan organisasi untuk merespons perubahan pasar dengan lebih efektif, mengurangi risiko, dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Faktor Keberhasilan Transformasi Digital

Keberhasilan transformasi digital pada UMKM bergantung pada empat elemen utama (Muhammad *et al.*, 2025), yaitu:

a. Kepemimpinan Adaptif

Kepemimpinan adaptif berarti pemimpin UMKM mampu membaca perubahan, bersikap terbuka terhadap teknologi, serta mengambil keputusan yang cepat dan tepat dalam menghadapi tantangan digital. Pemimpin yang adaptif juga berperan sebagai pendorong budaya perubahan di dalam organisasi, serta memberi contoh dalam mengadopsi teknologi baru secara bertahap. Penelitian menekankan bahwa kepemimpinan adaptif adalah salah satu kunci utama agar digitalisasi berjalan efektif. Kepemimpinan yang responsif terhadap perubahan dapat memobilisasi sumber daya internal dan menciptakan arah yang jelas dalam proses transformasi digital (Iin *et al.*, 2025).

b. Kesiapan Sumberdaya Manusia

Teknologi digital tidak akan memberikan manfaat maksimal jika tidak didukung oleh sumber daya manusia yang siap menggunakannya. Kesiapan SDM pada UMKM mencakup kemampuan dasar dalam menggunakan teknologi, kemauan untuk belajar, serta sikap terbuka terhadap perubahan cara kerja. Penelitian menunjukkan bahwa keterampilan digital yang kurang pada karyawan menjadi salah satu hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM. Karena itu, pelatihan terus-menerus dan pendekatan pembelajaran berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan kesiapan SDM dalam menerapkan teknologi (Nudzulul *et al.*, 2024).

c. Budaya Organisasi yang Inovatif

Aspek budaya organisasi juga menjadi penentu utama keberhasilan perubahan. Budaya yang mendukung inovasi dan pembelajaran berkelanjutan akan mempercepat proses digitalisasi. Sebaliknya, budaya yang konservatif dapat menghambat adopsi teknologi baru. Studi menunjukkan bahwa organisasi dengan budaya kolaboratif memiliki tingkat keberhasilan lebih tinggi dalam transformasi digital (Wahyudi dkk., 2023; Analisis Strategi Digital Marketing, 2024). Budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan inovasi memberikan dasar kuat bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dengan lebih efektif (Rahawarin *et al.*, 2024).

d. Integrasi Teknologi Digital.

Integrasi teknologi digital berarti memilih teknologi yang tepat guna yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan usaha – bukan hanya ikut tren. Teknologi digital harus mampu menyederhanakan proses operasional, seperti pengelolaan stok, pencatatan transaksi, pemasaran online, atau komunikasi pelanggan secara efektif. Integrasi teknologi dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan sehingga UMKM dapat memahami manfaatnya sedikit demi sedikit, tanpa terbebani oleh kompleksitas sistem yang terlalu canggih. Keberhasilan integrasi teknologi juga dipengaruhi oleh kesiapan SDM dan dukungan budaya organisasi yang inovatif (Nudzulul *et al.*, 2024).

Keberhasilan transformasi digital pada UMKM tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada **kepemimpinan yang adaptif, kesiapan SDM, budaya organisasi yang inovatif, dan kemampuan memilih teknologi yang tepat guna**. Keempat faktor ini saling memperkuat satu sama lain: pemimpin adaptif mendorong

SDM untuk belajar, budaya inovatif menciptakan lingkungan perubahan, dan integrasi teknologi yang tepat mempercepat proses digitalisasi secara nyata.

Tantangan dan Peluang Transformasi Digital

Digitalisasi atau transformasi digital menjadi hal yang semakin penting dalam mengembangkan usaha UMKM di era Revolusi 5.0. Era ini ditandai dengan pemanfaatan teknologi digital secara terintegrasi dalam kehidupan manusia, dan sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang terdampak signifikan oleh perubahan ini. Beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam menghadapi digitalisasi di era Revolusi 5.0 adalah sebagai berikut:

a. Tantangan Sumber Daya Manusia (*human capital*)

Pada era digitalisasi Revolusi 5.0, sumber daya manusia (*human capital*) menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Salah satu tantangan utama bagi UMKM adalah keterampilan digital yang terbatas pada karyawan mereka (Naufalin, 2020). Meskipun kesadaran akan pentingnya teknologi digital semakin meningkat, literasi digital di kalangan pemilik UMKM dan karyawan masih relatif rendah. Kurangnya pemahaman tentang manfaat dan cara penggunaan teknologi digital dapat menghambat proses transformasi digital. Terkadang UMKM juga kesulitan untuk memahami dan mengevaluasi berbagai solusi teknologi yang tersedia, serta bagaimana mengintegrasikannya dalam operasional bisnis mereka (Salam *et al.*, 2024).

b. Tantangan infrastruktur dan sistem informasi (*structural capital*)

Di era digitalisasi Revolusi 5.0, infrastruktur dan sistem informasi menjadi faktor penting dalam kesuksesan UMKM. Namun, UMKM seringkali menghadapi tantangan infrastruktur dan sistem informasi yang mempengaruhi kinerja mereka. Pengembangan infrastruktur digital yang handal dan andal membutuhkan investasi yang besar, yang mungkin sulit untuk diakses oleh UMKM dengan modal terbatas. Biaya untuk membeli perangkat keras, perangkat lunak, dan jasa konsultasi IT dapat sangat tinggi bagi UMKM (Handayani *et al.*, 2022).

c. Tantangan jejaring (*relational capital*)

Jejaring atau jaringan menjadi salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan bagi pelaku ekonomi UMKM dalam era digitalisasi *society* 5.0. Jejaring memungkinkan UMKM untuk terhubung dengan pelanggan, rekan bisnis, dan komunitas yang relevan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka (Hidayat *et al.*, 2020). Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan jejaring adalah kesulitan untuk membangun jejaring itu sendiri. UMKM sering kali memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi modal maupun *human capital*, sehingga kesulitan dalam membangun jejaring yang kuat dan luas. Jejaring juga memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan perusahaan besar. Hal ini membuat UMKM harus lebih kreatif dan inovatif dalam membangun jejaring untuk tetap bersaing. Memiliki jejaring yang luas juga memerlukan manajemen yang baik. UMKM harus mampu mengelola jejaring mereka dengan efektif dan efisien untuk memastikan bahwa hubungan bisnis dan komunitas berjalan lancar dan saling menguntungkan. Hal ini dapat mencakup mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan dan rekan bisnis, serta membangun kepercayaan dalam jejaring tersebut (Handayani *et al.*, 2022).

d. Tantangan sosial dan perilaku (*social capital*)

Penggunaan teknologi menjadi semakin penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Namun, ketergantungan pada teknologi juga dapat menjadi tantangan tersendiri. UMKM harus memastikan bahwa mereka tidak hanya

mengandalkan teknologi, tetapi juga masih mampu melakukan bisnis secara tradisional dan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk bisnis offline. Dalam era digitalisasi, konsumen menuntut responsivitas yang cepat dari UMKM. Konsumen mengharapkan jawaban yang cepat dan solusi yang efektif saat mengalami masalah atau menanyakan informasi tentang produk. UMKM harus dapat merespons konsumen dengan cepat dan efektif untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan pelanggan (Handayani *et al.*, 2022).

Tetapi dilain itu, transformasi digital di era Revolusi 5.0 juga memberikan peluang yang sangat menguntungkan bagi para pelaku UMKM. Dalam konteks ini, digitalisasi membuka banyak peluang signifikan bagi UMKM untuk berkembang, meningkatkan daya saing, dan memperluas jangkauan pasar secara lebih efisien. Beberapa peluang yang didapatkan meliputi:

a. Perluasan Akses Pasar dan Peningkatan Visibilitas

Salah satu peluang utama adalah akses pasar yang lebih luas melalui kanal digital seperti *marketplace*, media sosial, dan platform online lainnya. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memasarkan produknya tidak hanya secara lokal tetapi juga nasional dan bahkan internasional tanpa harus membuka toko fisik baru. Perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak melakukan pencarian produk dan transaksi secara daring membuat kanal digital menjadi kunci dalam strategi pemasaran UMKM (Johan *et al.*, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp Business menjadi salah satu sarana efektif memperluas jangkauan pemasaran dan membangun interaksi dengan pelanggan secara langsung. TikTok, misalnya, memiliki algoritma yang dapat menyebarkan konten secara cepat sehingga meningkatkan visibilitas usaha UMKM di kalangan target pasar yang lebih luas (Agustinawati *et al.*, 2025).

b. Efisiensi Operasional dan Integrasi Teknologi

Transformasi digital membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan teknologi dalam pencatatan transaksi, manajemen stok, pemrosesan pesanan, serta layanan pelanggan secara digital membuat proses usaha menjadi lebih cepat dan akurat dibandingkan sistem manual. Hal ini memungkinkan UMKM menghemat waktu dan biaya operasional. Selain itu, teknologi digital juga mendukung pengolahan data yang lebih baik sehingga UMKM dapat mengambil keputusan bisnis berbasis data (*data-driven decision making*) – misalnya analisis produk terlaris, waktu puncak pembelian, atau segmentasi pelanggan (Salam *et al.*, 2024).

c. Penguatan Literasi Digital dan Inovasi Bisnis

Era digital tidak hanya memberikan alat teknologi baru tetapi juga mendorong UMKM untuk mengembangkan keterampilan digital yang lebih kuat, seperti kemampuan membuat konten digital, pemasaran berbasis data, dan penggunaan strategi pemasaran online. Dengan penguatan keterampilan ini, UMKM dapat lebih kreatif dalam menarik pelanggan dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih relevan. Konsep *digipreneurship* yang muncul dalam era digital menjadi peluang bagi UMKM untuk menggabungkan kewirausahaan dengan teknologi digital. Pendekatan ini menekankan kreativitas dalam menemukan *niche market*, memanfaatkan media pemasaran digital, serta inovasi dalam pengembangan produk dan layanan (Wijayantini *et al.*, 2025).

d. Peningkatan Interaksi dengan Pelanggan dan Pengalaman Konsumen

Dengan adanya teknologi digital, UMKM memiliki peluang untuk berinteraksi lebih intens dengan pelanggan melalui media digital. Komunikasi yang cepat dan

responsif melalui platform digital seperti WhatsApp, live chat, atau media sosial dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun hubungan yang lebih kuat. Interaksi digital ini juga membantu UMKM dalam memahami preferensi konsumen secara lebih mendalam melalui analisis data maupun feedback pelanggan yang diperoleh secara real-time, sehingga strategi pemasaran dan layanan bisa disesuaikan secara lebih tepat (Agustinawati *et al.*, 2025).

e. Peran Kolaborasi dan Ekosistem Digital

Transformasi digital juga membuka peluang kolaborasi antara UMKM dan berbagai pihak lain dalam ekosistem digital, termasuk penyedia teknologi, pelaku logistik, komunitas bisnis, dan lembaga pembiayaan. Kolaborasi ini dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan modal, infrastruktur, atau pengetahuan teknologi yang sering menjadi hambatan dalam proses adopsi teknologi digital. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah dan berbagai program training digital juga secara signifikan membantu percepatan digitalisasi UMKM agar tidak tertinggal dari dinamika pasar modern (Johan *et al.*, 2025).

Transformasi digital pada UMKM di era Revolusi Industri 5.0 menawarkan peluang strategis yang sangat besar untuk pertumbuhan dan daya saing bisnis. Peluang tersebut meliputi perluasan pasar yang lebih luas, efisiensi operasional melalui teknologi, pengembangan keterampilan digital dan digipreneurship, peningkatan pengalaman pelanggan, serta kolaborasi dalam ekosistem digital. Dengan memanfaatkan peluang tersebut secara tepat – termasuk peningkatan literasi digital dan dukungan kebijakan – UMKM dapat berkembang lebih cepat dan menghadapi persaingan global secara lebih tangguh.

Keberlanjutan UMKM di era Revolusi 5.0

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM di era Revolusi Industri 5.0, di mana teknologi digital tidak hanya menjadi alat operasional, tetapi juga menjadi pendorong utama keberlanjutan usaha. Era ini ditandai oleh integrasi teknologi canggih dengan kehidupan manusia secara luas, namun tetap menempatkan manusia sebagai pusat pembangunan (human-centered society). Dalam konteks UMKM, transformasi digital berperan penting dalam mengatasi tantangan kompetisi, perubahan perilaku konsumen, serta menjaga kelangsungan usaha di lingkungan yang semakin dinamis dan kompetitif (Handayani *et al.*, 2022); (Putri *et al.*, 2023). Dalam era Revolusi Industri 5.0, transformasi digital merupakan kunci utama bagi keberlanjutan UMKM karena:

- Memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing melalui pemasaran digital dan platform online (Putri *et al.*, 2023);
- Meningkatkan efisiensi operasional dan kapabilitas internal usaha melalui otomasi dan sistem digital yang terintegrasi (Suprayitno *et al.*, 2024);
- Mendukung keberlanjutan bisnis yang lebih luas, tidak hanya dari segi finansial tetapi juga sosial dan lingkungan (Hendra *et al.*, 2025);
- Meningkatkan ketahanan dan adaptabilitas UMKM terhadap perubahan pasar dan tantangan global (Putri *et al.*, 2023).

Dengan demikian, transformasi digital bukan hanya sebuah tren, tetapi strategi fundamental yang harus diadopsi oleh UMKM agar mampu bertahan, berkembang, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di era Revolusi 5.0.

SIMPULAN

Transformasi digital merupakan kebutuhan strategis yang tidak dapat dihindari oleh UMKM dalam menghadapi dinamika Revolusi Industri 5.0. Hasil kajian literatur

menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya terbatas pada adopsi teknologi, tetapi mencakup perubahan menyeluruh pada model bisnis, proses operasional, sumber daya manusia, serta budaya organisasi.

Transformasi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan pelanggan, mendorong inovasi, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data yang lebih akurat. Keberhasilan transformasi digital UMKM sangat ditentukan oleh kepemimpinan adaptif, kesiapan dan kompetensi SDM, budaya organisasi yang inovatif, serta pemilihan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas usaha.

Di sisi lain, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur, jejaring, dan aspek sosial. Namun, di balik tantangan tersebut, transformasi digital membuka peluang besar dalam perluasan pasar, efisiensi usaha, peningkatan pengalaman pelanggan, serta penguatan kolaborasi dalam ekosistem digital. Dengan demikian, transformasi digital yang holistik dan berorientasi pada manusia menjadi kunci utama keberlanjutan dan daya saing UMKM di era Revolusi Industri 5.0.

Selain itu, penerapan transformasi digital juga berkontribusi pada penguatan jaringan kemitraan dan kolaborasi lintas sektor, yang sangat penting dalam membangun ekosistem bisnis yang inklusif dan adaptif. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat memperluas akses pasar dan jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan usaha sehingga mendukung keberlanjutan bisnis yang lebih luas. Sinergi antara inovasi teknologi dan pengembangan sumber daya manusia akan menjadi fondasi bagi UMKM untuk terus berinovasi dan bertahan di tengah perubahan zaman yang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdus Salam, & Imilda. (2024). Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Industri 5.0: Studi Kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 1(1), 1–10.
- Agustinawati, Ilahi, R., Audhiya, T. R., Najwa, K., & Rifki, A. (2025). Pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM di Era Society 5.0: Tantangan, Peluang, dan Efektivitas Platform Digital. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1).
- Asnawiyah, A., Kapriani, K., Basar, N. F., Nurjaya, N., Hariyanti, H., Aisyah, N., & Anggraeni, D. (2022). Sosialisasi Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digitalisasi. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(9), 2993-3001.
- Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & de Reuver, M. (2019). The impact of digitalization on business models. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 21(2), 105–124.
- Damayanti. (2025). [Judul Artikel]. [Nama Jurnal], [Vol]([No]), [Halaman].
- Endris, E., & Kassegn, A. (2022). The role of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to the sustainable development of sub-Saharan Africa and its challenges. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11, Article 20.
- Erwin, E., P, A. C., Pasaribu, A. W., Novel, N. J. A., Sepriano, S., Thaha, A. R., Adhicandra, I., Suardi, C., Nasir, A., & Syafaat, M. (2023). *Transformasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Fukuda, K. (2020). Science, technology and innovation ecosystem transformation toward society 5.0. *International Journal of Production Economics*, 220, 107460.
- Handayani, A. N., & Juwita, D. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255.
- Hardi, H., Kurniaty, K., Bala, R., Tanan, C. I., Werastuti, D. N. S., Wulandari, A., ... & Yulistiyono, A. (2022). *Manajemen UMKM*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasnidar, H., Gulo, Y., Lase, J. P., Indriana, I., ... & Arfandi, S. N. (2021). *Kewirausahaan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hendra, H. (2025). *Pengantar Bisnis*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hidayat, R., Wijaya, C., Roni, M., Simbolon, S., Sihotang, H. T., Purba, B., ... & Sulaiman, O. K. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Iin A. N. (2025). *Kepemimpinan*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran E- Bisnis Dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Economina*, 1(2), 240-247.
- Jatmiko. (2021). *Pengantar Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Johan. (2025). *Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kurniawan, A., Sari, R. P., Sudarmanto, E., Basmar, E., Hariyanti, A., & Astuti, M. (2023). *Manajemen Keuangan*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Machin, M., Sari, R., Sugiarti, E., Masrul, M., Yulistiyono, A., Febrianty, F., ... & Sudarmanto, E. (2023). *Kewirausahaan*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Manapa Sampetoding, E. A., & Er, M. (2024). Digital Transformation of Smart Village: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 239, 1336–1343.
- MD Scoop. (2025, September 30). *UMKM Tulang Punggung Ekonomi Bangsa: Peran Nyata untuk Indonesia*. Diakses dari <https://www.mdscoop.id/blog-news>
- Muhammad, G. R. (2025). *Bisnis Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nadkarni, S., & Hofmann, P. (2020). Digital transformation: A review, synthesis and opportunities for future research. *Management Review Quarterly*, 71, 233–341.
- Naufalin, L. R., & Dinanti, A. (2020). Realitas Literasi Digital Pelaku UMKM Di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(4), 366-376.
- Novianti, A., & Munawaroh, M. (2025). Transformasi Digital Mengubah Lanskap Bisnis UMKM di Era Teknologi. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 271–278.
- Nudzulul, F., dkk. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- OECD. (2022). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2022*. Paris: OECD Publishing.
- Panggabean, A. N. (2018). Memahami dan Mengelola Transformasi Digital. *E-Business Strategy and Implementation*, 15(Suppl. 1), 388–393.

- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104.
- Putra, A. S., dkk. (2023). *Ekonomi Digital*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Putri, dkk. (2023). *Bisnis Digital*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Rahawarin, M. A., dkk. (2024). *Perilaku Organisasi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Raja, dkk. (2023). *Perekonomian Indonesia*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Santoso, S. (2020). *Metode Penelitian untuk UMKM*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setyawan, dkk. (2023). *Bisnis Digital*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Siagian, dkk. (2023). *Society 5.0*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Suartana, I. M., Putra, R. E., Bisma, R., & Prapanca, A. (2022). Pengenalan Pentingnya Cyber Security Awareness pada UMKM. *Jurnal Abdimas Adi Buana*, 5(2), 1-8.
- Suprayitno, D., Agustin, D., Utami, S. S., Kushariyadi, K., & Dwiwijaya, K. A. (2024). *Pengantar Manajemen: Teori Komprehensif pada Era Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tekola, H., & Gidey, T. (2019). Contribution of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to the Sustainable Development of Ethiopia. *Journal of Sustainable Development*, 12(3).
- Wahyudi, dkk. (2023). *Perilaku Organisasi*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wijyantini, B., dkk. (2025). *Kewirausahaan Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Zahiroh, L. A., dkk. (2022). *Manajemen Perubahan*. Bandung: Media Sains Indonesia.