

BAB I LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2025. Pemerintah menjadikan Penguatan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025 karena UMKM dinilai memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Bappenas, 2025). Pada tahun 2025, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan jumlah lebih dari 64 juta unit usaha, berkontribusi lebih dari 60% terhadap produk Domestik Bruto (PDB), serta menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenko Perekonomian, 2025). Meskipun memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih relatif rendah, yaitu sekitar 15,7% dari total ekspor impor nasional (Kemenko Perekonomian, 2025).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam struktur perekonomian di Indonesia karena menjadi motor penggerak utama penciptaan lapangan pekerjaan, sumber dari pendapatan masyarakat, serta kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Sektor ini menyumbang presentase besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terutama daerah dengan basis ekonomi lokal yang sangat kuat. Perkembangan teknologi digital membuka peluang yang signifikan bagi UMKM. Digitalisasi bisnis mencakup penggunaan e-commerce, pemasaran digital, sistem pembayaran online, serta alat manajemen usaha berbasis digital, mampu memperluas jangkauan pasar UMKM secara drastis. Adopsi teknologi ini tidak hanya

berdampak pada volume penjualan, tetapi berpotensi mempercepat proses produksi, mengurangi biaya transaksi, serta membuka akses kepada konsumen yang lebih luas baik di tingkat lokal, maupun nasional (Royani et al., 2025). UMKM memiliki peranan penting terhadap pertumbuhan dan perkembangan usaha untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional.

UMKM dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan apabila dikelola dengan efektif dan efisien. Pengelolaan tersebut mencakup beberapa aspek manajemen utamanya, yaitu pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan, yang saling berkaitan dalam mendukung perkembangan serta daya saing usaha. Konsep dan pemasaran merupakan faktor utama kunci keberhasilan eksistensi UMKM saat ini, karena dengan adanya strategi pemasaran yang tepat UMKM dapat melihat kondisi pasar, pelanggan dan strategi produk yang akan dipasarkan. Sebagai salah satu pilar utama perekonomian, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menyerap lapangan pekerjaan, mendorong aktivitas ekonomi, serta meningkatkan pemerataan pendapatan masyarakat.

Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi terlihat dari kemampuan dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain itu, karakteristik UMKM yang fleksibel memungkinkan pelaku usaha lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi dan perkembangan kebutuhan pasar (Sarif, 2023). Perkembangan jumlah UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini terus menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2025, terdapat perbedaan jumlah umkm yang telah terdigitalisasi, tingkat produktivitas, jumlah tenaga kerja UMKM, dan nilai Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar

Harga Konstan (PDRB ADHK) di setiap Provinsi di Indonesia. Perbedaan tersebut memberikan gambaran kondisi UMKM yang sudah terdigitalisasi dan aktivitas ekonomi pada masing-masing daerah yang ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi, tenaga kerja UMKM, Jumlah Penduduk Indonesia, Indeks Pembangunan Manusia, PDRB ADHK (2025)

NO	PROVINSI	UMKM YANG SUDAH TERDIGITALISASI (UNIT)	TENAGA KERJA UMKM (JIWA)	JUMLAH PENDUDUK INDONESIA (RIBU JIWA)	INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA (INDEKS)	PDRB ADHK (Miliar Rupiah)
1	Jawa Timur	425.585	6.845.331	42.089	76,13	2.038.961,63
2	DKI Jakarta	48.952	1.919.068	10.678	85,05	2.263.237,04
3	Jawa Barat	287.296	7.948.213	50.759	75,9	1.845.316,74
4	Bali	17.831	865.756	4.461	79,37	177.992,95
5	Kep. Riau	20.990	297.110	2.213	80,53	224.504,65
6	Papua	2.950	160.079	1.073	74,69	53.634,65

Sumber: BPS dan Kementerian Koperasi UKM (2025)

Berdasarkan dari tabel 1.1 diatas terlihat danya perbedaan karakteristik antarprovinsi dalam jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi, jumlah tenaga kerja UMKM, jumlah penduduk, IPM dan PDRB ADHK. Provinsi Jawa Timur memiliki jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi terbanyak, yaitu 425.585 unit, dengan tenaga kerja UMKM sebanyak 6.845.331 jiwa dan PDRB ADHK sebesar Rp2.038.961,63 Miliar. Namun nilai PDRB ADHK tersebut masih lebih rendah dibandingkan DKI Jakarta yang mencapai Rp2.263.237,04 Miliar, meskipun hanya memiliki 48.952 UMKM yang sudah terdigitalisasi. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi tidak selalu menghasilkan PDRB ADHK yang lebih tinggi (Ammar & Dias, 2023). PDRB ADHK dipengaruhi oleh nilai tambah seluruh sektor ekonomi, sedangkan struktur ekonomi DKI Jakarta didominasi oleh sektor jasa, keuangan, perdagangan, dan informasi yang memiliki produktivitas serta nilai tambah lebih tinggi dibandingkan dengan sektor usaha

mikro yang mendominasi di Jawa Timur (Royani *et al.*, 2025). Sebaliknya, Papua memiliki jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi 2.950 unit, tenaga kerja UMKM 160.079 jiwa, dan PDRB ADHK Rp53.634,65 Miliar. Kondisi ini dipengaruhi oleh jumlah penduduk yang lebih sedikit, keterbatasan infrastruktur, dan belum meratanya adopsi teknologi digital (Faturrahman *et al.*, 2025).

Perbedaan karakteristik antarprovinsi menunjukkan bahwa hubungan antara digitalisasi UMKM dan Produk Domestik Regional Bruto Atas Asar Harga Konstan (PDRB ADHK) tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat digitalisasi maupun jumlah tenaga kerja UMKM, tetapi juga oleh faktor-faktor demografi dan kualitas sumber daya manusia. Jumlah penduduk mencerminkan besarnya pasar, ketersediaan tenaga kerja, serta permintaan terhadap barang dan jasa yang mampu memengaruhi aktivitas ekonomi suatu daerah (Novita & Samsuddin, 2024). Disisi lain Indeks Pembangunan Manusia (IPM) menggambarkan kualitas sumber daya manusia melalui aspek pendidikan, kesehatan, dan standar hidup yang berperan dalam meningkatkan produktivitas serta kemampuan masyarakat mengadopsi teknologi. Dalam penelitian Novita & Samsuddin (2024), menunjukkan bahwa jumlah penduduk dan IPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDRB sehingga variabel tersebut perlu dipertimbangkan dalam analisis pertumbuhan ekonomi.

Penelitian ini memasukkan jumlah penduduk dan IPM sebagai variabel kontrol agar pengaruh digitalisasi UMKM dan tenaga kerja UMKM terhadap PDRB ADHK dapat diestimasi secara lebih akurat tanpa dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik demografi dan kualitas sumber daya manusia antarprovinsi. Selain itu, penelitian mengenai UMKM digital juga menunjukkan bahwa *human capital* berperan penting dalam keberhasilan adopsi teknologi dan peningkatan kinerja

usaha, sehingga pengendalian terhadap IPM menjadi semakin relevan (Kadiyono & Susanto, 2025).

Penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan kestabilan usaha karena proses bisnis akan menjadi lebih efektif dan efisien. UMKM yang sudah terdigitalisasi cenderung memiliki kemampuan produksi dan pemasaran yang lebih baik dibandingkan UMKM konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian Luju *et al.* (2024), menyatakan digitalisasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas UMKM di era ekonomi digital. Di sisi lain, daya saing UMKM juga menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Daya saing menunjukkan kemampuan UMKM dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha melalui peningkatan kualitas produk, inovasi, efisiensi, dan kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas. UMKM yang menggunakan teknologi digital secara optimal umumnya memiliki tingkat daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang belum menerapkan digitalisasi dalam kegiatan usahanya. Menurut Zikri (2024), transformasi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan memperluas akses pasar serta peningkatan efisiensi dalam pengelolaan dan operasional usaha.

Perkembangan teknologi turut memengaruhi bidang pemasaran, yang ditandai dengan perkembangan teknologi mendorong terjadinya pergeseran strategi pemasaran dari sistem konvensional (offline) menuju pemasaran digital (online). Strategi pemasaran digital dinilai memiliki prospek yang lebih baik karena mampu memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi produk secara cepat, serta memfasilitasi komunikasi dan interaksi langsung dengan pelaku usaha melalui platform berbasis internet (Permana, 2021).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Peningkatan adopsi teknologi digital oleh UMKM mampu mendorong aktivitas ekonomi daerah melalui peningkatan penjualan dan produktivitas usaha (Ramadhan et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang sudah terdigitalisasi tidak hanya berdampak pada kinerja individu pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi di Indonesia.

Jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi di Indonesia menunjukkan variasi antar provinsi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat adopsi digitalisasi UMKM masih belum merata. Peningkatan jumlah UMKM yang sudah terdigitalisasi didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta semakin luasnya penggunaan internet di kalangan masyarakat. Di samping itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak memanfaatkan platform digital dalam memenuhi kebutuhan mereka turut mendorong pelaku UMKM untuk mengadaptasi strategi usahanya agar mampu bersaing dan mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Provinsi dengan jumlah UMKM digital yang tinggi dimiliki oleh Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur menunjukkan bahwa tingkat digitalisasi UMKM cenderung lebih tinggi di daerah yang memiliki basis ekonomi kuat dan infrastruktur yang memadai. Dalam percepatan digital seperti, akses internet, literasi digital, serta dukungan ekosistem digital menjadi penentu utama di suatu wilayah. Jika dibandingkan antarprovinsi, tidak semua provinsi dengan jumlah UMKM besar memiliki tingkat digitalisasi yang optimal. Artinya masih terdapat sebagian UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal meskipun berada di wilayah dengan potensi ekonomi tinggi.

Digitalisasi memiliki peran dalam meningkatkan produktivitas UMKM dengan memanfaatkan teknologi, proses produksi dan manajemen usaha dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien. Meskipun digitalisasi UMKM telah diterapkan di berbagai Provinsi, masih terdapat kesenjangan dalam tingkat adopsi teknologi digital antar wilayah yang berpotensi memengaruhi produktivitas dan aktivitas ekonomi daerah. Tidak semua UMKM memiliki kemampuan yang sama dalam mengadopsi teknologi digital. Perbedaan tingkat digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa belum seluruh pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan usahanya. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesenjangan daya saing, karena UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki kinerja, produktivitas, dan jangkauan pasar yang baik dibandingkan dengan UMKM yang masih menjalankan usahanya secara nondigital.

Penerapan digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat perkembangan usaha (Faturrahman *et al.*, 2025). Selain itu, teknologi berfungsi sebagai media penyebaran informasi yang efektif dan efisien karena dapat diakses oleh berbagai kalangan tanpa batasan waktu dan lokasi. Selain itu, teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar global melalui kegiatan pemasaran produk maupun sebagai media dalam menjalankan aktivitas penjualan dan pengembangan bisnis (Mustofa, 2023). Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha dapat memasarkan dan menjual produknya melalui berbagai platform digital seperti, media sosial, *marketplace*, situs web (*website*), maupun blog. Media digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi kegiatan pemasaran

dan penjualan produk (Silitonga, 2023). Pemanfaatan media sosial, khususnya oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), membuka peluang untuk memasuki pasar yang lebih luas hingga tingkat global. Dalam transaksi berbasis digital, interaksi antara penjual dan pembeli tidak lagi terhambat oleh batasan geografis maupun waktu. Oleh karena itu, pemasaran dan penjualan melalui media sosial memiliki potensi besar untuk menjangkau lebih banyak konsumen, termasuk pelanggan yang berada di luar negeri. Selain itu, perdagangan berbasis digital memiliki prospek yang menjanjikan di masa depan, baik dari sisi perkembangan teknologi maupun pertumbuhan ekonomi (Permana, 2021).

Digitalisasi dapat diartikan sebagai pemanfaatan teknologi digital dalam menciptakan model bisnis baru yang mampu membuka berbagai peluang untuk menghasilkan nilai tambah. Selain itu, digitalisasi juga menjadi peluang bagi perusahaan maupun organisasi untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kualitas aktivitas operasional (Gunawan, 2023). Dalam menjalankan usahanya UMKM yang berbasis digital menggunakan seperti e-commerce, media sosial untuk pemasaran, sistem pembayaran digital. Transformasi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat proses transaksi dan produksi. Dengan demikian digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung, tetapi sebagai strategi utama dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha yang pada akhirnya mempunyai kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan penelitian dari Royani *et al.* (2025), digitalisasi UMKM secara umum terbukti memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, serta perluasan jangkauan pasar. Penelitian serupa juga disampaikan oleh Ammar & Dias (2023),

yang menyatakan bahwa indikator digitalisasi sektor UMKM berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik secara simultan maupun parsial. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada hubungan antara digitalisasi UMKM dan pertumbuhan ekonomi, sementara kajian yang menguji pengaruh digitalisasi UMKM, produktivitas, dan jumlah tenaga kerja UMKM secara bersama-sama terhadap Produk Domestik regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan pada tingkat provinsi di Indonesia masih terbatas. Peneliti sebelumnya umumnya hanya menguji pengaruh langsung digitalisasi UMKM terhadap PDRB ADHK tanpa mempertimbangkan perbedaan karakteristik antarwilayah. Padahal di setiap provinsi di Indonesia memiliki jumlah penduduk dan kualitas sumber daya manusia yang berbeda sehingga berpotensi memengaruhi besarnya PDRB ADHK. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan memasukkan jumlah penduduk dan Indeks Pembangunan Manusia sebagai variabel kontrol sehingga estimasi pengaruh digitalisasi UMKM dan tenaga kerja UMKM terhadap PDRB ADHK menjadi lebih akurat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah UMKM yang sudah terdigitalisasi dan jumlah tenaga kerja UMKM berpengaruh Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan di Indonesia?
2. Apakah jumlah penduduk dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) sebagai variabel kontrol memengaruhi hubungan antara UMKM yang sudah terdigitalisasi, jumlah tenaga kerja UMKM dan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan di Indonesia?

3. Apakah UMKM yang sudah terdigitalisasi dan jumlah tenaga kerja UMKM secara simultan berpengaruh terhadap Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan setelah dikontrol oleh jumlah penduduk dan IPM?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh UMKM yang sudah terdigitalisasi dan jumlah tenaga kerja UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan di Indonesia
2. Menganalisis peran jumlah penduduk dan Indeks Pembangunan Manusia sebagai variabel kontrol dalam hubungan UMKM yang sudah terdigitalisasi, jumlah tenaga kerja UMKM dan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan di Indonesia
3. Menganalisis pengaruh UMKM yang sudah terdigitalisasi dan tenaga kerja UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan setelah dikontrol dengan jumlah penduduk dan Indeks Pembangunan Manusia

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi pembangunan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh digitalisasi UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan (PDRB ADHK). Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya kajian empiris mengenai hubungan antara digitalisasi UMKM dan tenaga kerja UMKM terhadap PDRB ADHK dengan mempertimbangkan pengaruh jumlah penduduk dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) sebagai variabel kontrol. Dengan

demikian, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan model analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan terkait pembangunan UMKM berbasis digital, bagi pelaku UMKM diharapkan sebagai referensi untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dan kualitas tenaga kerja guna meningkatkan kinerja usaha. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai digitalisasi UMKM dan faktor-faktor yang memengaruhi PDRB ADHK.