

# Tantangan dan Peluang UMKM di Tengah Tren Ekonomi Digital

Fara Fasah Sanda<sup>1\*</sup>, Rosita Dewi<sup>2</sup>, Ani Qotus Zuhro' Fitriana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

<sup>1\*</sup> farafasah2@gmail.com, <sup>2</sup>rossitadewwi230@gmail.com,  
<sup>3</sup>aniqotuz2402@gmail.com

## Abstrak

Digitalisasi telah muncul sebagai tren utama dalam perkembangan ekonomi baik di tingkat global maupun di tingkat nasional. Sebagai pilar penting perekonomian Indonesia, UMKM diharapkan untuk mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan serta peluang yang di hadapi oleh para UMKM yang menjual nasi goreng dalam konteks transformasi digital. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang meliputi wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi terhadap beberapa pelaku UMKM nasi goreng di wilayah Kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Rambipuji, Kabupaten Jember. Penelitian ini fokus pada pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, pemesanan, dan transaksi, serta berbagai hambatan yang muncul selama proses digitalisasi meliputi rendahnya literasi digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwasanya keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pemanfaatan ekonomi digital yang sangat di pengaruhi oleh faktor internal, seperti kemampuan adaptasi dan minat untuk belajar, serta faktor eksternal, termasuk dukungan dari pemerintah dan akses pelatihan. Untuk itu, di perlukan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan olatform digital guna membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan di era digitalisasi.

**Kata Kunci :** Digitalisasi, tantangan, peluang, transformasi, umkm

## Abstrak

*Digitalization has emerged as a major trend in economic development both globally and nationally. As an important pillar of the Indonesian economy, MSME are expected to be able to adapt to the changes that occur. This study aims to analyze the challenges and opportunities faced by MSME that sell fried rice in the context of digital transformation. To achieve this goal, this study uses a qualitative descriptive approach that includes in-depth interviews, field observations, and documentation of several MSME fried rice actors in the Kaliwates, Patrang, and Rambipuji Districts, Jember Regency. This study focuses on the use of digital technology in marketing, ordering, and transactions, as well as various obstacles that arise during the digitalization process including low digital literacy. This study concludes that the success of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) in utilizing the digital economy is greatly influenced by internal factors, such as adaptability and interest in learning, as well as external factors, including government support and access to training. For this reason, synergy is needed between business actors, the government, and digital platforms to build an ecosystem that supports sustainable MSME growth in the digitalization era.*

**Keyword :** Digitalization, challenges, opportunities, transformation, msme

## 1. PENDAHULUAN

Dizaman yang serba digital ini, pelaku usaha UMKM membutuhkan teknologi informasi yang sesuai agar dapat berkembang dan bersaing di lingkungan yang serba digital ini. Kesulitan yang di hadapi oleh pelaku usaha UMKM dalam menemukan Solusi IT yang tepat di sebabkan oleh kurangnya tim sumber daya manusia, terutama yang memiliki keahlian di bidang teknologi informasi. Tantangan lain yang di hadapi oleh para UMKM khususnya penjual nasi goreng adalah banyaknya pilihan produk teknologi yang membuat para pelaku UMKM merasa kebingungan dalam menentukan Solusi yang paling sesuai. Oleh sebab itu, penting bagi para pelaku UMKM untuk mendapatkan bimbingan dalam

memilih teknologi informasi yang pas dan sesuai dengan jenis usaha dan kebutuhannya, serta mereka juga harus memahami cara yang efektif dalam menggunakan pemasaran digital supaya konsumen bisa mengenali produk yang di tawarkan oleh para pelaku UMKM khususnya penjual nasi goreng, dan pada akhirnya pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan barang yang mereka (Aini, 2022). Era digitalisasi telah menyentuh hampir setiap aspek kehidupan manusia. Ini menyebabkan perubahan dalam cara orang membeli dan mengkonsumsi. Digitalisasi mengubah cara berpikir dan budaya suatu masyarakat. Dari yang dulunya bersifat konvensional menjadi lebih berorientasi digital (Santoso., 2020)

UMKM adalah usaha kecil dan menengah yang dimiliki oleh individu di Indonesia yang menghasilkan produk (Khasanah, 2022). UMKM merupakan hal yang sangat penting bagi ekonomi negara, karena mereka di anggap sebagai yang paling mampu bertahan menghadapi persaingan bisnis dan krisis ekonomi. Perkembangan ekonomi di Indonesia di topang oleh berbagai sektor, yang dimana sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran yang sangat signifikan. Walaupun UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, namun sangat di sayangkan masih ada berbagai tantangan yang sering dijumpai oleh pelaku usaha di sektor UMKM (Ramadhani, 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang sangat penting dalam ekonomi berbagai negara termasuk di Indonesia. Selain memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, UMKM juga berperan dalam membuka peluang kerja dan membantu meratakan distribusi pendapatan (Yolanda, 2024). Hadirnya UMKM memiliki peran yang krusial untuk perkembangan ekonomi di Indonesia (Maesaroh et al., 2021). Selain berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi negara, keberadaan UMKM juga berfungsi dalam penyerapan tenaga kerja (Putri, 2020). Kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga memiliki peran dalam mendistribusikan hasil pembangunan dan berfungsi sebagai pendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi di tingkat nasional (Daerah, 2024).

Indonesia kini berada dalam tahap bonus demografi, di mana jumlah populasi muda berjumlah lebih dari 25% dari total sekitar 250 juta penduduk. Hal ini di padukan dengan 59, 2 juta unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Maulida & Yunani, 2017). Ditengah pesatnya kemajuan teknologi, sektor bisnis memasuki tahap baru yang disebut dengan era ekonomi digital. Digitalisasi telah merubah metode para pelaku usaha dalam memproduksi, mempromosikan, hingga melayani pelanggan. Teknologi informasi dan komunikasi memberikan kesempatan kepada para pelaku usaha untuk mengakses pasar yang lebih besar, memasarkan produk melalui platform media sosial, serta memanfaatkan sistem pembayaran digital untuk melakukan transaksi dengan cepat dan aman (Anabuni & Umbu, 2025). Namun, transformasi ini belum sepenuhnya di rasakan oleh UMKM di Jember, Khususnya pada wilayah Kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Rambipuji. Salah satu elemen kunci dalam mengembangkan bidang UMKM adalah bantuan dari pemerintah.

Pemerintah dapat menyediakan berbagai macam fasilitas seperti dana, pelatihan, peningkatan teknologi, serta akses ke pasar. Di samping itu, pemerintah juga bisa menyusun peraturan yang mendukung pertumbuhan para UMKM, seperti mempermudah proses perizinan dan mengurangi beban pajak. Salah satu permasalahan utama yang di hadapi oleh para UMKM adalah terkait dengan aspek pembiayaan (Tambunan & Anggiat, 2018). Selain itu ada tiga tantangan umum yang di hadapi oleh para UMKM, yaitu distribusi produk, akses terhadap bahan baku, dan pengelolaan usaha. Dalam penelitian Harahap disebutkan berbagai tantangan yang di hadapi oleh UMKM seperti persaingan yang sengit, minimnya modal, tantangan dalam mendapatkan bahan baku, kesulitan dalam pemasaran, keterbatasan keahlian dan keterampilan produksi, serta kekurangan dalam kemampuan manajerial, khususnya di sektor keuangan dan akuntansi (Harahap et al., 2022).

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan pendalami pemikiran, pengalaman serta strategi pelaku usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) nasi goreng ketika menghadapi rintangan dan tantangan dan juga dapat memanfaatkan kesempatan dalam konteks ekonomi digital. Metode ini di pilih karena dapat mengungkapkan makna, proses, dan kondisi nyata yang di alami oleh UMKM nasi goreng secara langsung. (Lexy, 2007)

Objek penelitian ini adalah pebisnis UMKM Nasi Goreng yang beroperasi di tengah transformasi ekonomi digital, baik yang telah menggunakan teknologi digital maupun yang masih mengikuti cara tradisional. Penelitian UMKM Nasi Goreng ini berfokus pada sektor perdagangan kuliner, yang di anggap paling aktif dalam peralihan ke platform digital. Yang mana ruang lingkup penelitian ini mencakup tantangan dari dalam (seperti kurangnya kemampuan literasi digital, sumber daya manusia, dan modal) adapun tantangan dari luar seperti minimnya pasar e-commerce, peningkatan efisiensi bisnis dan pemasaran lewat sosial media. Terlebih dalam penelitian UMKM Nasi Goreng di daerah kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Rambipuji yang merupakan pusat pertumbuhan UMKM Nasi Goreng yang berada di wilayah tersebut. juga Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif ini adalah panduan wawancara semi-terstruktur yang dirancang berdasarkan indikator dan teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Diffusion of innovation. Panduan ini mencakup pertanyaan terbuka yang dapat memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali lebih mengenai digitalisasi, kendala yang dijumpai, dan tindakan adaptasi yang di ambil oleh pelaku UMKM Nasi Goreng.

Penelitian ini dilakukan secara langsung di lokasi para pelaku UMKM Nasi Goreng seperti kios, warung, dan rumah produksi yang tersebar di area kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Rambipuji. Pemilihan responden dilakukan dengan metode purposif sampling, yakni memilih individu yang di anggap dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam sesuai kebutuhan, seperti pelaku UMKM Nasi Goreng yang aktif dengan pengalaman langsung dalam penggunaan teknologi digital. metode utama dalam pengumpulan data adalah wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung dalam UMKM Nasi Goreng untuk memperoleh informasi yang relevan dan konteks stual. (Pugu et al., 2024) Disamping itu, penelitian ini juga melibatkan pengamatan langsung terhadap aktivitas digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM Nasi Goreng (seperti pemanfaatan media sosial, aplikasi kasir digital, atau platform marketplace), serta dokumentasi berupa foto usaha dan bukti digitalisasi seperti akun bisnis atau katalog online. Pengembangan instrumen awalnya menyusun draft panduan wawancara yang kemudian di konsultasikan kepada dosen pembimbing atau ahli bidang UMKM Nasi Goreng dan digitalisasi untuk mendapatkan saran validasi konten. Setelah itu, instrumen uji coba secara terbatas pada 3 - 4 pelaku UMKM Nasi Goreng untuk memastikan pertanyaan tersebut jelas dan efektif dalam menggali informasi yang di perlukan.

Karena salah satu elemen terpenting bagi pertumbuhan UMKM Nasi Goreng adalah pengelolaan keuangan atau pengelolaan keuangan secara umum. Pelaku UMKM Nasi Goreng dapat menentukan status keuangan selama jangka waktu tertentu dan menggunakan informasi tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan keuangan terbaik dengan terlibat dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan, karena perkembangan teknologi modern secara signifikan mengubah semua aspek kehidupan kita sehari-hari. Media digital saat ini salah satu bentuk perdagangan dalam komunikasi yang paling penting namun masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana memanfaatkan media berbasis digital ini untuk mengembangkan usahanya.

Analisis data dilakukan melalui tematik yang mengelompokkan data hasil wawancara ke dalam tema utama seperti kendala digitalisasi, jenis kesempatan yang disarankan, strategi adaptasi, dan bentuk dukungan dari luar. Proses analisis dilakukan melalui transkripsi, perkodean, identifikasi pola dan tema, sampai penarikan kesimpulan. Validitas data di jaga dengan triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi. dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat

memberikan pemahaman dan mendalam terkait bagaimana terkait bagaimana UMKM Nasi Goreng beradaptasi terhadap tantangan sekaligus mengidentifikasi peluang di era ekonomi digitalisasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengidentifikasi bahwasanya UMKM Nasi Goreng mengalami beberapa tantangan yang akan di hadapi terkait dengan perkembangan teknologi pada zaman sekarang apalagi perkembangan zaman teknologi yang semakin canggih. Terlebih pada penjual UMKM Nasi Goreng yang kurang mengerti mengenai teknologi , dan kurangnya literasi ataupun buta huruf, semua itu di sebabkan dengan adanya keterbatasan perangkat teknologi dan kurangnya pelatihan dan tidak mau mengikuti perkembangan zaman, karena meskipun sedemikian , ditalisasi juga bisa dapat menghadirkan secara signifikan bagi UMKM Nasi Goreng yang ingin mengembangkan usahanya.

Karena peluang tersebut dengan adanya peluang tersebut dapat mencakup peningkatan jangkauan pasar yang melalui platform daring, efisiensi transaksi dengan penggunaan dompet digital serta promosi yang jauh luas dan juga lebih terjangkau melalui platform media social. Karena dalam keberhasilan dalam menghadapi era globalisasi yang modern saat ini yang perkembangannya sangat pesat sekali, sangat beruntung pada pelaku usaha jika benar-benar memanfaatkan teknologi dan mau beradaptasi dan mau mengikuti perkembangan zaman, serta memanfaatkan dukungan dari lingkungan dan pemerintah juga. Oleh karena itu, kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah dan penyedia layanan digital menjadi sangat penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan juga mampu bersaing di era digital sekarang karena selain kita mampu bersaing, kita juga harus bisa mengikuti perkembangan zaman karena itu sangat berpengaruh.

Pemilik UMKM Nasi Goreng juga harus memahami bahwa akuntansi dan fintech adalah elemen penting bagi organisasi mereka setelah melihat manfaat yang terkait dengan pengelolaan UMKM Nasi Goreng, khususnya bukan Cuma di UMKM Nasi Goreng tapi juga di Industri keuangan. Menggunakan fintech dan teknologi akuntansi juga dapat di gunakan untuk meningkatkan profitabilitas. Namun, banyak UMKM yang kurang memiliki pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan dan bagaimana menggunakan tekfin untuk membantu operasional mereka. Karena mayoritas UMKM terkhusus di UMKM Nasi Goreng menyebutkan kesulitan dalam implementasi dan kekurangan kebutuhan sebagai pembenaran mereka untuk tidak memanfaatkan fintech dan akuntansi.

Pada bagian ini berisi hasil dan pembahasan dari topik penelitian, yang bisa di buat terlebih dahulu metodologi penelitian. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar, tabel dan lainnya. Banyaknya kata pada bagian ini berkisar.

### 4. KESIMPULAN

UMKM adalah usaha kecil dan menengah yang dimiliki oleh individu di Indonesia yang menghasilkan produk (Puyo, 2023). Di zaman yang serba digital ini, pelaku usaha UMKM membutuhkan teknologi informasi yang sesuai agar dapat berkembang dan bersaing di lingkungan yang serba digital ini. Kemajuan pesat dalam teknologi digital menurut para pelaku UMKM nasi goreng yang kami observasi di wilayah kaliwates, patrang, dan rambipuji di kabupaten jember yang mana untuk beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka.

Penelitian ini mendeskripsikan tentang bagaimana tantangan dan peluang UMKM khususnya UMKM nasi goreng di Tengah tren ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan mendalami pemikiran, pengalaman, serta strategi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) nasi goreng Ketika menghadapi rintangan dan memanfaatkan kesempatan dalam konteks ekonomi digital. Objek penelitian dalam study ini adalah pebisnis UMKM Nasi Goreng yang beroperasi di tengah transformasi ekonomi digital, baik yang telah menggunakan teknologi digital maupun yang masih mengikuti cara tradisional.

Yang mana ruang lingkup penelitian ini mencakup tantangan dari dalam (seperti kurangnya kemampuan literasi digital, sumber daya manusia, dan modal) adapun tantangan dari luar seperti minimnya pasar e-commerce, peningkatan efisiensi bisnis dan pemasaran lewat sosial media. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif ini adalah panduan wawancara semi-terstruktur yang dirancang berdasarkan indikator dan teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Diffusion of innovation. Penelitian ini dilakukan secara langsung di lokasi para pelaku UMKM Nasi Goreng seperti kios, warung, dan rumah produksi yang tersebar di area kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Rambipuji.

Pengembangan instrumen awalnya menyusun draft panduan wawancara yang kemudian di konsultasikan kepada dosen pembimbing atau ahli bidang UMKM Nasi Goreng dan digitalisasi untuk mendapatkan saran validasi konten. Penelitian ini mengidentifikasi bahwasanya UMKM Nasi Goreng mengalami beberapa tantangan yang akan di hadapi terkait dengan perkembangan teknologi pada zaman sekarang apalagi perkembangan zaman teknologi yang semakin canggih. Pemilik UMKM Nasi Goreng juga harus memahami bahwa akuntansi dan fintech adalah elemen penting bagi organisasi mereka setelah melihat manfaat yang terkait dengan pengelolaan UMKM Nasi Goreng, khususnya bukan Cuma di UMKM Nasi Goreng tapi juga di Industri keuangan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. N. (2022). Analisis Peluang dan Tantangan Teknologi terhadap Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 3, 5, 45-62.
- Anabuni, & Umbu, A. (2025). Peluang Dan Tantangan Umkm Di Era Digital: Solusi Praktis Untuk Masyarakat Amanuban Barat: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3.4, 2133-2138.
- Daerah, D. B. P. (2024). Kemendagri Dorong Pemda untuk Pemanfaatan SIDT Koperasi dan UMKM dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha. 24 September 2024.
- Harahap, Isnaini, Zuhrial, Nawawi, M., & Sugiarto, E. (2022). Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.2, 1991-1997.
- Khasanah. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 1, 1, 1-12.
- Lexy, M. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Maesaroh, Nuryadin, Prasetyo, & Swardana. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Kota Tasikmalaya. *Jurnal Abmas Negeri*, 2(2), 86-93.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4.2, 147-162.
- Puyo, M. (2023). Peran Keunggulan Bersaing Memoderasi Teknik Akuntansi Manajemen Strategis Terhadap Kinerja UMKM. *JSAP: Journal Syariah and Accounting Public*, 6.1, 48-61.
- Ramadhani, S. (2023). Peran UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 1(1), 68-73.
- Santoso., G. (2020). Digitalisasi UMKM: Strategi dan Model Bisnis Berbasis Teknologi untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, Vol 1, No1, 10-27.
- Tambunan, & Anggiat, P. (2018). Lingkungan Kerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan: Suatu Tinjauan Teoretis. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4.2, 175-183.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 70-86.