PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.4, No.5, Agustus 2025

Adaptasi Dan Inovasi Digital UMKM Di Era-Pascapandemi: Tinjauan Literatur Atas Strategi, Tantangan, Dan Peluang

Tiur Malasari Siregar[1], Theresia Damanik[2], Naila Ghinaya Damanik[3], Shaerleen Naviry Br Kembaren[4], Chindy Fransiska Hutagalung[5]
[1,2,3,4,5] Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Negeri Medan
E-mail: tiurmalasarisiregar@unimed.ac.id[1] , theresiadamanik1612@gmail.com[2], nailadamanik2004@gmail.com[3] , shaerleensbr@gmail.com[4] , chindyfransiskahutagalung@gmail.com[5]

Article History:
Received: 08 Juni 2025
Revised: 30 Juli 2025
Accepted: 03 Agustus 2025

Keywords: *Transformasi Digital, E-commerce, literasi Digital, Pemasaran Digital, keberlanjutan Bisnis.*

Abstract: *Pandemi COVID-19 memberikan tekanan besar terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, dengan penurunan omzet hingga 70% dan gangguan distribusi yang signifikan. Namun, krisis ini juga memicu percepatan transformasi digital di sektor UMKM sebagai strategi adaptif untuk bertahan dan berkembang. Artikel ini merupakan hasil kajian literatur sistematis terhadap berbagai studi yang membahas adaptasi dan inovasi digital UMKM pascapandemi. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce, media sosial, pembayaran digital, dan digital marketing menjadi kunci dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis. Meski demikian, transformasi digital tidak bebas hambatan, terutama terkait literasi digital, infrastruktur, serta sumber daya manusia. Dukungan dari pemerintah, pelatihan digital, dan kolaborasi lintas sektor dinilai krusial dalam membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan. Kesimpulan dari studi ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan keharusan strategis bagi UMKM untuk mencapai daya saing yang berkelanjutan di era pascapandemi.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM RI, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun, pandemi COVID-19 yang melanda secara global telah memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, mulai dari penurunan omzet, terhambatnya distribusi, hingga pembatasan aktivitas fisik.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, mulai dari penurunan omzet hingga pembatasan aktivitas fisik. Dalam

kondisi tersebut, adopsi teknologi digital menjadi strategi krusial untuk bertahan dan beradaptasi.

Dalam kondisi tersebut, adopsi teknologi digital menjadi salah satu strategi krusial untuk bertahan dan beradaptasi. Pemanfaatan platform e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, hingga digital marketing menjadi tren yang berkembang pesat selama dan setelah pandemi (Ismail & Bahgia, 2021). Inovasi digital bahkan tidak lagi menjadi pilihan, melainkan keharusan untuk menjaga daya saing dan relevansi bisnis di era normal baru.

Transformasi digital UMKM pascapandemi mencakup pemanfaatan platform e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, hingga digital marketing. Inovasi digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan keharusan untuk menjaga daya saing dan relevansi bisnis di era normal baru. Namun, transformasi ini tidak berjalan tanpa tantangan. Hambatan umum yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang melek teknologi, akses terhadap infrastruktur digital, serta minimnya literasi digital (Astuti & Rosita, 2024).

Beberapa studi menunjukkan bahwa UMKM menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya literasi digital, dan akses terbatas ke pendanaan. Namun, dukungan pemerintah melalui berbagai program bantuan dan pelatihan digital turut berperan penting dalam mempercepat proses transformasi. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas UMKM diperlukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan (Imam Fathoni, 2024).

Selain itu, peran pemerintah daerah dalam mendukung digitalisasi UMKM juga penting. Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator dalam mengembangkan UMKM dengan memanfaatkan platform digital. Langkah-langkah seperti memberikan bantuan modal, pelatihan, dan penyediaan sarana prasarana dapat membantu UMKM dalam proses transformasi digital (Novianty et al., 2024).

Di era Society 5.0, di mana manusia menjadi pusat dan teknologi menjadi basis, UMKM perlu memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan kinerjanya dan tetap bersaing. Namun, banyak pelaku UMKM yang terkendala dalam mengimplementasikan pemasaran digital karena kurangnya kemampuan dalam menyelaraskan bisnis dengan teknologi informasi. Untuk menangani permasalahan ini, diperlukan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai (Juwita & Handayani, 2022)

Pelatihan digitalisasi dan pemasaran dapat mendukung peluang dan menghadapi tantangan bagi UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk menganalisis penerapan digitalisasi pemasaran pada UMKM dan mengidentifikasi hambatan serta tantangan yang dihadapi. Dengan pelatihan yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan bisnis Asep Kurniawan, A. A. (2025).

Meski demikian, transformasi digital UMKM tidak berjalan tanpa tantangan. Hambatan umum yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang melek teknologi, akses terhadap infrastruktur digital, serta minimnya literasi digital (Saputra et al., 2023). Sementara di sisi lain, peluang terbuka lebar seiring meningkatnya digitalisasi konsumen dan dukungan regulasi pemerintah seperti program digital onboarding dan pelatihan UMKM berbasis teknologi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Systematic Literature Review* (SLR). *Systematic Literature Review* adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Metode tersebut melibatkan pencarian dan analisis literatur yang relevan untuk memperoleh pemahaman

yang mendalam tentang topik yang dibahas. Pada penelititan ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *Google Sholar* dengan mencari berbagai artikel pada jurnal yang membahas tentang Adaptasi dan inovasi digital pada UMKM di era pascapandemi. Data yang diperoleh sebanyak 10 artikel dan semua artikel yang telah diperoleh kemudian dianalisis untuk disajikan dalam suatu tinjauan artikel yang menyeluruh dan terstruktur.

Langkah awal dalam metode SLR ini adalah merumuskan pertanyaan penelitian yang akan menjadi fokus kajian, yaitu: (1) bagaimana UMKM di Indonesia dan secara global beradaptasi terhadap tantangan digital pascapandemi, (2) apa saja strategi digitalisasi yang digunakan oleh UMKM, (3) tantangan utama apa yang mereka hadapi, serta (4) peluang apa saja yang muncul dari proses transformasi digital tersebut. Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar dalam pemilihan dan penyaringan literatur yang sesuai. Terakhir, melakukan penulisan dan penyusunan ke dalam laporan. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan berbagai teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi atau diteliti sebagai bahan rujukan dalam pembahasan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

No.	Penulis	Tahun	Judul	Inti Hasil Temuan
1	Lokot Muda Harahap, Austin Beyn Beril Jahran Saragih, Rizky Ramadhan, Oscar Majeovan Surbakti, Jonatan Gerald	2025	Peran UMKM dalam Sistem Perekonomian Indonesia: Tantangan dan Peluang Pasca Pandemi	Meskipun UMKM mengalami tekanan hingga 70% omzet menurun saat pandemi, mereka memiliki peluang besar melalui adaptasi digital. Kebijakan pemerintah seperti PEN dan transformasi digital menjadi faktor penting dalam pemulihan. Fokus pada SDM, pembiayaan inklusif, dan rantai pasok lokal sangat krusial.
2	Muhammad Syahrul Munir, Sulafah Fathin Khannanah, Dedi Susanto	2023	Strategi Pemulihan Usaha pada UMKM di Era Transformasi Digital Pasca Pandemi COVID-19	Strategi digital berbasis teknologi mutakhir dan sejalan dengan SDGs penting untuk menjamin keberlangsungan UMKM. Digitalisasi membuka peluang efisiensi dan keunggulan kompetitif melalui adopsi IT, walaupun masih banyak UMKM yang belum terkoneksi digital.
3	Mahardhika Berliandaldo, Angga Wijaya Hilman Fasa, Siti Kholiyah, Achmad Chodiq, Tommy Hendrix	2020	Transformasi Digital dan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM yang Adaptif dan Berkelanjutan Pasca Pandemi COVID-19	Penerapan Business Model Innovation yang berkolaborasi dengan transformasi digital mendorong UMKM menjadi adaptif dan berdaya saing. Digitalisasi membantu efisiensi, meningkatkan produktivitas, dan memperluas pasar. Roadmap dan

				enabler dibutuhkan agar transformasi berjalan efektif.
4	Ibnu Mas'ud, Fitri Ayu, Fuji Hidayat, Silmi Alfadri, Devi Yuliana	2023	Strategi Pemulihan Usaha Pasca Pandemi di Era Transformasi Digital Dalam Meraih Keunggulan Kompetitif UMKM di Kota Pekanbaru	Penggunaan IT dan Big Data dalam bingkai IoT menjadi kunci pemulihan bisnis UMKM di Pekanbaru. Fokus strategi pada peningkatan kualitas produk, perluasan bisnis, dan solusi IT yang efisien dapat meningkatkan daya saing UMKM di era digital.
5	Angeline, Davin Allister, Levira Leo Gunawan, Yuwono Prianto	2022	Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi COVID-19	Strategi digitalisasi penting agar UMKM tetap bertahan pasca pandemi, dengan memanfaatkan platform digital, penguasaan digital marketing, dan promosi melalui konten kreatif. Digitalisasi mampu memperluas pasar dan meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.
6	Mun Yah Zahiroh	2022	Peluang dan Tantangan Transformasi Digital UMKM di Indonesia Pasca Pandemi COVID-19	Transformasi digital pasca pandemi menghadirkan peluang seperti masuk ke e-commerce global, tetapi menghadapi tantangan literasi digital dan infrastruktur. Strategi meliputi pelatihan teknologi, adopsi tren pemasaran digital (contoh: TikTok), dan peningkatan kualitas produk ekspor.

Pandemi COVID-19 telah menjadi pemicu utama transformasi besar dalam ekosistem usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis yang terjadi bukan hanya menimbulkan tantangan, tetapi juga menciptakan momentum percepatan digitalisasi yang tidak terelakkan. Berdasarkan studi literatur dari berbagai artikel yang telah dikaji, adaptasi digital menjadi strategi utama dalam upaya pemulihan dan penguatan daya saing UMKM pascapandemi. Strategi ini meliputi pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, penguasaan teknik digital marketing, serta promosi melalui konten kreatif untuk meningkatkan keterlibatan konsumen. Inisiatif ini terbukti mampu mendorong terjadinya transaksi daring yang menjadi penyelamat utama bagi UMKM selama pembatasan aktivitas fisik.

Seiring berkembangnya kebutuhan digitalisasi, muncul pula kesadaran untuk mengintegrasikan teknologi lanjutan seperti Internet of Things (IoT) dan Big Data guna meningkatkan efisiensi operasional serta pengambilan keputusan bisnis. Studi juga menunjukkan bahwa adopsi strategi berbasis Business Model Innovation menjadi penting, karena tidak hanya membantu UMKM dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, tetapi juga dalam menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Kolaborasi antara transformasi digital dan inovasi model bisnis melalui value creation, value delivery, dan value capture memungkinkan UMKM membangun struktur usaha yang lebih adaptif dan kompetitif.

Namun, di balik peluang besar ini, transformasi digital UMKM juga dihadapkan pada sejumlah tantangan mendasar. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi dan infrastruktur, serta kekurangan modal dan SDM yang kompeten menjadi hambatan utama dalam proses adaptasi. Tidak semua pelaku UMKM mampu mengakses teknologi secara merata, terutama di wilayah non-perkotaan. Tantangan ini semakin diperparah dengan minimnya pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi informasi untuk operasional bisnis. Oleh karena itu, dibutuhkan peran aktif dari pemerintah dan institusi terkait dalam menyediakan pelatihan, pendampingan, serta kebijakan afirmatif yang mendukung inklusi digital.

Di sisi lain, peluang yang ditawarkan oleh era digital pascapandemi sangat besar. Meningkatnya jumlah pengguna internet, pergeseran perilaku konsumen ke arah belanja online, serta terbukanya akses ke pasar global melalui platform e-commerce memberikan potensi pertumbuhan yang signifikan bagi UMKM. Program pemerintah seperti Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), pelatihan transformasi digital, dan dukungan pembiayaan menjadi katalis penting dalam proses pemulihan dan pengembangan UMKM. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan adaptasi digital tidak hanya ditentukan oleh kesiapan teknologi, tetapi juga oleh kemauan untuk berinovasi, kolaborasi lintas sektor, serta penyusunan strategi jangka panjang yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, digitalisasi dan inovasi tidak lagi menjadi pilihan, tetapi sebuah keniscayaan bagi UMKM di era pascapandemi. Strategi yang terintegrasi, kolaboratif, dan kontekstual dengan kondisi UMKM di lapangan menjadi kunci agar transformasi ini berjalan efektif. Hanya dengan pendekatan menyeluruh inilah UMKM Indonesia dapat menjadi pilar ekonomi yang tangguh dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun global.

KESIMPULAN

Hasil kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital memainkan peran yang sangat strategis dalam memperkuat keberlangsungan dan daya saing UMKM di Indonesia, khususnya dalam merespons dampak pandemi COVID-19 serta mempersiapkan diri menghadapi Era-pascapandemi yang semakin terdigitalisasi. Digitalisasi melalui pemanfaatan teknologi seperti E-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan inovasi model bisnis terbukti mampu memberikan berbagai keuntungan signifikan bagi UMKM, seperti peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, serta penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan.

Namun, meskipun peluang tersebut sangat menjanjikan, proses transformasi digital masih menghadapi berbagai tantangan yang tidak bisa diabaikan. Rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi di sejumlah wilayah, serta kurangnya tenaga kerja yang memiliki kompetensi digital merupakan hambatan utama yang menghambat percepatan adopsi teknologi secara merata di kalangan UMKM. Oleh karena itu, perlu adanya keterlibatan aktif dan kolaboratif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, dunia usaha, lembaga pendidikan, dan masyarakat, guna menciptakan ekosistem pendukung yang kondusif.

Dengan dukungan yang terstruktur dan berkelanjutan, baik dalam bentuk pelatihan, pendampingan, peningkatan akses teknologi, maupun penyediaan pembiayaan yang sesuai, UMKM Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi sektor ekonomi yang tangguh, adaptif, dan inovatif. Keberhasilan dalam transformasi digital akan menjadikan UMKM tidak hanya mampu bertahan dalam situasi krisis, tetapi juga menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional di masa depan yang semakin berbasis teknologi dan informasi.

DAFTAR REFERENSI

Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). Pengembangan Umkm Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding Serina IV*, *1*, 85–92.

Asep Kurniawan, A. A. (2025). Penguatan Peran Digitalisasi Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemic Covid-19 *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 46-50

Astuti, D., & Rosita, R. (2024). *Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia Transformasi digital sangat penting untuk keberhasilan berkelanjutan UMKM di toko online dapat menjangkau audiens yang lebih luas di luar lokasi* .

Gershon, R. A. (2024). Business Model Innovation. *Digital Media and Innovation*, *4*(2), 20–38. https://doi.org/10.4324/9781003294375-2

Imam Fathoni, N. A. (2024). Transformasi Digital Bisnis UMKM Di Indonesia Setelah Masa Pandemi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *4*(Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024), 10219–10236. https://j-innovative.org/index.php/Innovative

Ismail, I., & Bahgia, S. (2021). Digitalisasi Sebagai Strategi Revitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMT KITA*, *5*(2), 131–139. https://doi.org/10.35870/emt.v5i2.431

Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, *2*(5), 249–255. https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255

Mas'ud, I., Ayu, F., Hidayat, F., Alfadri, S., Yuliana, D., Teknologi, I., & Riau, B. (2023). Strategi Pemulihan Usaha Pasca Pandemi Di Era Transformasi Digital Dalam Meraih Keunggulan Kompetitif Umkm Di Kota Pekanbaru Post-Pandemic Business Recovery Strategies in the Digital Transformation Era in Achieving Competitive Advantage for Msmes in Pekan. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, *6*(1), 555–567. https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/INTECOM/article/view/7059

Munir, M. S., Khannanah, S. F., & ... (2023). Strategi Pemulihan Usaha Pada Umkm Di Era Transformasi Digital Pasca Pandemi Covid-19. *... Mandalika ISSN 2721 ...*, 969–975. https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2125%0Ahttps://ojs.cahaya mandalika.com/index.php/jcm/article/download/2125/1667

Novianty, R., Dewi, S. P., & Anwar, K. (2024). *Strategi Digitalisasi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pasca Pandemi*. *4*(November), 50–59.

Saputra, M. H., Fitriaty, Firmasari, P., Fadillah, Y., R, M., & Hassandi, I. (2023). Tantangan Sosial Ekonomi Pasca Covid-19 Menghadapi Era 5.0 Society Untuk Mencapai Kinerja Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, *2*(1), 146–151. https://doi.org/10.33998/jumanage.2023.2.1.708

Valentina, F. V., Alfiyan, V., & Anshori, M. I. (2024). Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi | JIMBE https://malaqbipublisher.com/index.php/JIMBE. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi JIMBE*, *1*(5), 285–292.

Zahiroh, M. Y. (2022). Peluang dan Tantangan Transformasi Digital UMKM di Indonesia Pasca Pandemi COVID-19. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, *1*(2), 124–133. https://doi.org/10.59525/jess.v1i2.150