

Dampak Ekonomi Digital terhadap Keberlanjutan Pendapatan UMKM di Indonesia: Telaah Literatur Eksploratif

Dheavivi Ayu Dian Pebrian^{1*}, Adityas Wahyuningsih²
Universitas Halu Oleo¹, Universitas Siber Muhammadiyah²
dheaviviayudian@uho.ac.id^{1*}, adityas@sibermu.ac.id²

Received 15 Juli 2026 | Accepted 30 Juli 2026 | Publish 30 Juli 2026

*Korespondensi Penulis

Abstract

This study explores the impact of the digital economy on the income sustainability of micro, small, and medium enterprises in Indonesia. It employs an exploratory qualitative approach through a structured narrative literature review. The analysis covers 22 documents, consisting of 13 peer-reviewed articles and nine institutional publications selected from Google Scholar, ScienceDirect, SpringerLink, Taylor & Francis Online, and official institutional portals. The literature was examined using thematic analysis through data reduction, initial coding, category development, cross-source comparison, and theme formulation. Five main themes emerged: digital market access, digital payments, social commerce, platform cost structures, and digital and financial literacy. The findings show that digital technologies expand market reach, increase business visibility, facilitate transactions, and strengthen customer interactions. However, increased sales do not automatically improve net income. Platform commissions, advertising expenses, discounts, logistics costs, price competition, and algorithmic dependence may reduce profit margins and destabilize cash flow. The study proposes a revenue-sustainability framework that distinguishes gross sales growth, profit margin, and cash-flow stability. Theoretically, it extends the Resource-Based View by positioning digital technology as an enabling resource whose economic value depends on complementary capabilities. Practically, the findings support integrated assistance combining digital marketing, financial recording, payment technology, logistics management, and platform-risk mitigation.

Keywords: Digital Economy; MSMEs; Income Sustainability; Digital Capability; Platform Economy.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dampak ekonomi digital terhadap keberlanjutan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif melalui telaah literatur naratif terstruktur. Analisis mencakup 22 dokumen yang terdiri atas 13 artikel jurnal dan sembilan publikasi kelembagaan yang diperoleh dari Google Scholar, ScienceDirect, SpringerLink, Taylor & Francis Online, dan portal resmi lembaga. Literatur dianalisis melalui reduksi data, pemberian kode awal, pembentukan kategori, perbandingan antarsumber, dan perumusan tema. Hasil analisis menghasilkan lima tema utama, yaitu akses pasar digital, pembayaran digital, social commerce, struktur biaya platform, serta literasi digital dan literasi keuangan. Teknologi digital dapat memperluas pasar, meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah transaksi, dan memperkuat hubungan pelanggan. Namun, pertumbuhan penjualan tidak secara otomatis meningkatkan pendapatan bersih. Komisi platform, biaya iklan, diskon, logistik, persaingan harga, dan ketergantungan algoritma dapat menekan margin laba serta mengganggu arus kas. Kebaruan penelitian terletak pada kerangka keberlanjutan pendapatan yang membedakan pertumbuhan omzet, margin laba, dan stabilitas arus kas. Secara teoretis, penelitian ini memperluas Resource-Based View dengan menempatkan teknologi digital sebagai sumber daya pendukung yang nilainya bergantung pada kapabilitas pelengkap. Secara praktis, hasil penelitian mendukung pendampingan terintegrasi yang mencakup pemasaran digital, pencatatan keuangan, pembayaran digital, pengelolaan logistik, dan mitigasi risiko platform.

Kata Kunci: Ekonomi Digital; UMKM; Keberlanjutan Pendapatan; Kapabilitas Digital; Ekonomi Platform.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan aktor penting dalam struktur ekonomi Indonesia karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan daya tahan ekonomi rumah tangga. Peran strategis tersebut semakin relevan ketika aktivitas ekonomi bergerak menuju ekosistem digital. Perdagangan elektronik, pembayaran digital, media sosial, dan platform layanan telah mengubah cara pelaku usaha memperoleh pelanggan, menerima pembayaran, mengatur promosi, serta membangun relasi dengan pasar. Perubahan ini tidak hanya memindahkan transaksi dari ruang fisik ke ruang digital, tetapi juga membentuk ulang proses penciptaan nilai dalam usaha berskala mikro dan kecil.

Ekonomi digital berkembang melalui integrasi teknologi informasi, internet, sistem pembayaran elektronik, dan platform bisnis. Dalam konteks UMKM, ekonomi digital hadir dalam bentuk penggunaan marketplace, media sosial, aplikasi pesan instan, dompet digital, QRIS, katalog daring, dan layanan logistik berbasis aplikasi. Digitalisasi membuka peluang pendapatan karena pelaku UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada lalu lintas pembeli di lokasi usaha. Produk dapat dipromosikan kepada konsumen yang lebih luas, transaksi dapat dilakukan lebih cepat, dan komunikasi dengan pelanggan dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Data makro menunjukkan bahwa fondasi ekonomi digital di Indonesia terus menguat. BPS melaporkan bahwa akses internet penduduk Indonesia meningkat dari 69,21 persen pada 2023 menjadi 72,78 persen pada 2024 (BPS, 2025a). Publikasi Statistik E-Commerce 2024 juga menggambarkan perkembangan usaha e-commerce, karakteristik pekerja, aktivitas usaha, dan nilai transaksi selama 2024 (BPS, 2025b). Sementara itu, laporan e-Conomy SEA 2024 memperkirakan nilai Gross Merchandise Value ekonomi digital Indonesia mencapai US\$90 miliar pada 2024 (Google, Temasek, & Bain, 2024). Perluasan aktivitas digital tersebut memberikan ruang bagi UMKM untuk memperluas pasar, mempercepat transaksi, dan memperbaiki proses operasional.

Meski demikian, hubungan antara peningkatan ekonomi digital dan pendapatan

UMKM tidak dapat dipahami secara sederhana. Peningkatan akses terhadap platform digital tidak selalu menghasilkan kenaikan pendapatan bersih. Sebagian UMKM mengalami pertumbuhan omzet setelah menggunakan media sosial, marketplace, atau pembayaran digital. Sebagian lainnya menghadapi biaya tambahan berupa komisi platform, promosi berbayar, diskon, pengemasan, logistik, dan ketergantungan terhadap algoritma. Situasi ini menunjukkan bahwa dampak ekonomi digital terhadap pendapatan bersifat kontekstual, bertahap, dan bergantung pada kapasitas internal pelaku usaha.

Literatur mengenai digitalisasi UMKM umumnya menekankan bahwa teknologi digital dapat meningkatkan kinerja melalui efisiensi, perluasan akses pasar, dan peningkatan interaksi pelanggan (OECD, 2021; Verhoef et al., 2021; Vial, 2019). Kajian terbaru juga menegaskan pentingnya keselarasan strategi, pembelajaran organisasi, kemampuan digital, dan inovasi model bisnis dalam menentukan manfaat transformasi digital (Clemente-Almendros et al., 2024; Merín-Rodríguez et al., 2024; Prakasa & Juman, 2024; Sagala & Öri, 2024). Namun, pengukuran dampak pendapatan sering kali hanya dilihat melalui penjualan atau kinerja agregat, padahal pendapatan perlu dibedakan menjadi omzet kotor, margin laba, dan stabilitas arus kas.

Penelitian terdahulu telah banyak menjelaskan bahwa transformasi digital dapat memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat interaksi pelanggan, dan mendorong kinerja UMKM. Namun, sebagian besar penelitian masih mengukur keberhasilan digitalisasi melalui peningkatan penjualan, produktivitas, inovasi, atau kinerja usaha secara umum. Pendekatan tersebut belum membedakan secara tegas antara pertumbuhan omzet, margin laba, dan stabilitas arus kas. Padahal, peningkatan transaksi digital dapat berlangsung bersamaan dengan kenaikan biaya komisi, iklan, diskon, pengemasan, logistik, dan retur. Kajian sebelumnya juga cenderung membahas manfaat teknologi, literasi, dan hambatan digitalisasi secara terpisah. Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan mekanisme peningkatan transaksi, kapabilitas internal UMKM, dan risiko ekonomi platform ke dalam satu kerangka keberlanjutan pendapatan.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Penulis dan Tahun	Fokus	Temuan Utama	Kesenjangan yang Tersisa
Costa Melo et al. (2023)	Transformasi digital berkelanjutan dan kinerja UKM	Pengukuran digitalisasi perlu mencakup kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan.	Belum membedakan omzet, margin laba, dan stabilitas arus kas.
Clemente-Almendros et al. (2024)	Determinan dan heterogenitas ukuran UKM	Ukuran, karakteristik usaha, dan sumber daya memengaruhi transformasi digital.	Belum menguraikan biaya platform dan keberlanjutan pendapatan.
Merín-Rodríguez et al. (2024)	Transformasi digital, inovasi model bisnis, dan kinerja	Inovasi model bisnis memediasi hubungan transformasi digital dengan kinerja UKM inovatif.	Belum membahas risiko platform pada usaha mikro.
Prakasa dan Jumaní (2024)	Kapabilitas digital dan kinerja usaha kecil	Kapabilitas digital meningkatkan kinerja melalui transformasi bisnis digital.	Kinerja keuangan belum dipisahkan menjadi omzet, laba, dan arus kas.
Restrepo-Morales et al. (2024)	Hambatan dan pendorong digitalisasi UKM	Biaya investasi, kekurangan keterampilan, keamanan, dan budaya menjadi hambatan utama.	Belum menghubungkan hambatan dengan komponen pendapatan secara rinci.
Sagala dan Ōri (2024)	Faktor keberhasilan transformasi digital UKM	Strategi harus sesuai kondisi awal, keterbatasan, pembelajaran, dan keselarasan teknologi.	Belum mengintegrasikan keluaran pendapatan dalam satu kerangka bertingkat.
Kallmuenzer et al. (2025)	Adopsi digitalisasi dan hasil kinerja UKM	Teknologi dan keterampilan mendukung kinerja, sedangkan budaya menghindari risiko dan sistem lama menjadi penghambat.	Belum menekankan perbedaan penjualan kotor dan pendapatan bersih.
Prathama et al. (2026)	Digitalisasi, literasi, inklusi keuangan, dan kinerja UMKM	Manfaat digitalisasi dipengaruhi literasi dan kapasitas internal pelaku usaha.	Belum mengintegrasikan kanal digital, biaya platform, margin, dan arus kas.

Sumber: disusun penulis berdasarkan literatur yang dianalisis (2026).

Kebaruan penelitian ini terletak pada penyusunan kerangka keberlanjutan pendapatan UMKM yang membedakan tiga keluaran ekonomi, yaitu pertumbuhan omzet, margin laba, dan stabilitas arus kas. Penelitian tidak hanya membahas manfaat digitalisasi dalam memperluas pasar dan meningkatkan transaksi, tetapi juga memasukkan biaya platform, persaingan harga, ketergantungan algoritma, dan kemampuan pengelolaan keuangan sebagai faktor penentu pendapatan bersih. Secara teoretis, penelitian memperluas kajian ekonomi digital dengan menempatkan digitalisasi sebagai proses penciptaan nilai yang bersifat kondisional. Penelitian juga mengembangkan penerapan Resource-Based View dengan menempatkan literasi digital, literasi keuangan, kemampuan mengelola konten, diferensiasi produk, serta pemanfaatan data pelanggan sebagai kapabilitas pelengkap yang mengubah sumber daya digital menjadi manfaat ekonomi berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dampak ekonomi digital terhadap keberlanjutan pendapatan UMKM di Indonesia. Analisis difokuskan pada akses pasar daring, pembayaran digital, social commerce, dan aktivitas bisnis berbasis platform. Penelitian juga bertujuan menjelaskan

hubungan antara peningkatan transaksi, biaya digital, kapabilitas internal, margin laba, dan stabilitas arus kas serta menghasilkan model konseptual yang menunjukkan kondisi ketika digitalisasi memperkuat atau justru melemahkan keberlanjutan pendapatan.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif melalui telaah literatur naratif terstruktur. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak diarahkan untuk menguji hubungan statistik, tetapi untuk memahami mekanisme, pola, konteks, dan perbedaan hasil dalam hubungan antara ekonomi digital dan keberlanjutan pendapatan UMKM. Struktur penelusuran dan seleksi dibuat transparan agar sumber yang dianalisis dapat ditelusuri.

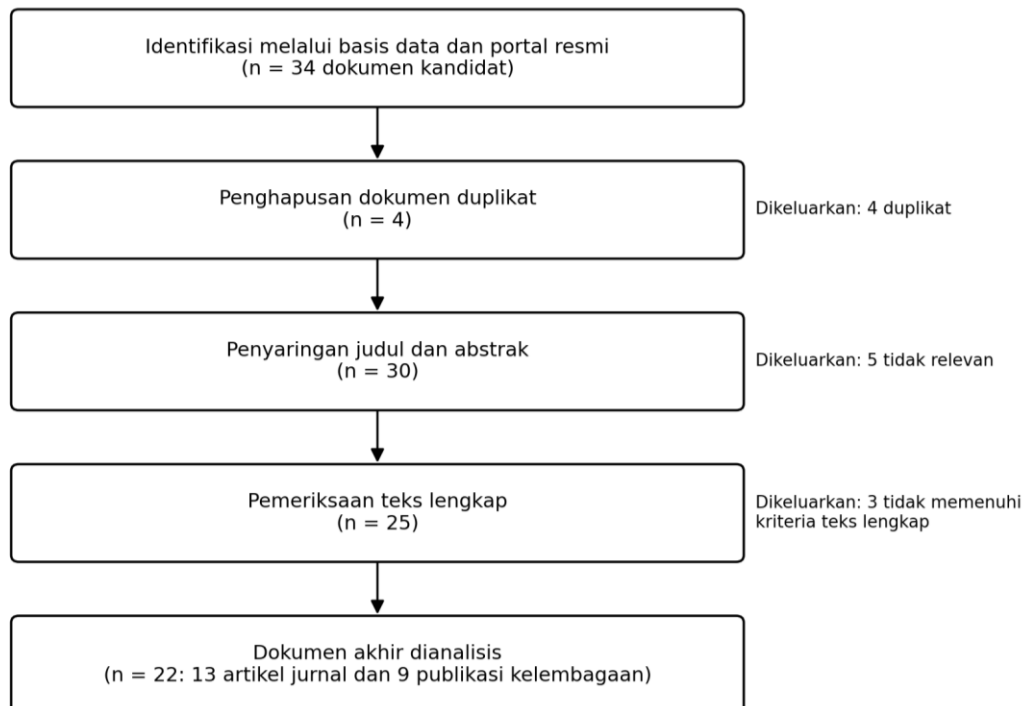
Penelusuran literatur dilakukan pada Juli 2026 melalui Google Scholar, ScienceDirect, SpringerLink, Taylor & Francis Online, serta portal jurnal dan penerbit akademik. Publikasi kelembagaan diperoleh melalui portal resmi Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, OECD, World Bank, serta laporan e-Conomy SEA yang diterbitkan Google, Temasek, dan Bain & Company.

Kata kunci pencarian meliputi “digital economy” AND “MSME income”, “digital transformation” AND “SME performance”, “digital platform” AND “small business revenue”, “digital payment” AND “MSME performance”, “social commerce” AND “small business performance”, “digital capability” AND “SME performance”, “literasi digital” AND “kinerja UMKM”, serta “pembayaran digital” AND “pendapatan UMKM”. Kata kunci digunakan dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Kriteria inklusi mencakup artikel jurnal yang telah melalui peer review atau publikasi resmi lembaga, membahas ekonomi digital atau transformasi digital pada UMKM, berkaitan dengan penjualan, pendapatan, laba, arus kas, produktivitas, atau kinerja usaha, tersedia dalam teks lengkap, serta diterbitkan dalam bahasa Indonesia atau Inggris. Artikel utama dibatasi pada 2019–2026, sedangkan sumber seminal tetap digunakan untuk dasar teori. Kriteria eksklusi mencakup dokumen yang tidak membahas UMKM, hanya membahas teknologi tanpa hubungan dengan hasil usaha, tidak memiliki informasi metodologis yang memadai, merupakan duplikat, hanya tersedia dalam bentuk abstrak, atau berasal dari sumber populer tanpa kredibilitas akademik maupun kelembagaan.

Penelusuran awal menghasilkan 34 dokumen kandidat. Empat dokumen duplikat dikeluarkan sehingga 30 dokumen diseleksi berdasarkan judul dan abstrak. Lima dokumen dikeluarkan karena tidak sesuai dengan fokus ekonomi digital dan hasil ekonomi UMKM. Sebanyak 25 dokumen diperiksa dalam bentuk teks lengkap. Tiga dokumen dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria metodologis atau tidak memberikan informasi yang relevan. Proses akhir menghasilkan 22 dokumen, terdiri atas 13 artikel jurnal dan sembilan publikasi kelembagaan.

Analisis data dilakukan melalui enam tahapan. Pertama, seluruh dokumen dibaca untuk memahami konteks dan temuan. Kedua, informasi mengenai pasar digital, pembayaran, interaksi pelanggan, biaya platform, kapabilitas internal, omzet, laba, dan arus kas diberi kode awal. Ketiga, kode yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan menjadi kategori. Keempat, kategori dibandingkan antarsumber untuk menemukan persamaan, perbedaan, dan kondisi penjelas. Kelima, kategori yang saling berkaitan dirumuskan menjadi tema utama. Keenam, tema diinterpretasikan menggunakan teori transformasi digital dan Resource-Based View. Keabsahan analisis dijaga melalui triangulasi artikel jurnal, laporan pemerintah, laporan industri, dan publikasi organisasi internasional.



Gambar 1. Alur Seleksi Literatur

Sumber: proses seleksi literatur oleh penulis (2026).

Tabel 2. Sumber Data dan Fokus Analisis

Sumber Data	Jenis Informasi	Relevansi	Peran dalam Analisis
BPS	Akses internet, statistik e-commerce, karakteristik usaha digital	Menggambarkan perkembangan infrastruktur dan aktivitas digital	Konteks empiris makro
Bank Indonesia	QRIS dan pembayaran digital	Menjelaskan dukungan pembayaran digital bagi transaksi UMKM	Indikator pembayaran digital
OJK	Literasi dan inklusi keuangan	Menjelaskan kesiapan pengelolaan keuangan	Faktor pendukung adopsi digital
OECD dan World Bank	Transformasi UKM, digitalisasi, dan kebijakan	Memberikan kerangka pembandingan dan kebijakan	Konteks kebijakan
e-Conomy SEA	Nilai ekonomi digital dan tren platform	Menunjukkan arah pertumbuhan ekonomi digital Indonesia	Konteks industri digital
Artikel jurnal	Transformasi digital, kapabilitas, hambatan, dan kinerja	Memperkuat mekanisme dan konsep	Landasan teoretis dan pembandingan

Sumber: disusun penulis dari publikasi resmi dan literatur akademik (2026).

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Analisis tematik terhadap 22 dokumen menghasilkan lima tema utama yang menjelaskan hubungan antara ekonomi digital dan keberlanjutan pendapatan UMKM. Kelima tema tersebut meliputi perluasan akses pasar digital, pembayaran digital dan pengelolaan arus kas, social commerce dan kepercayaan pelanggan, struktur biaya serta risiko platform, dan literasi digital serta literasi keuangan. Digitalisasi lebih dahulu memengaruhi visibilitas usaha dan peluang transaksi, sedangkan pengaruh terhadap margin laba dan stabilitas arus kas bergantung pada kemampuan pengelolaan usaha.

Proses Pembentukan Tema

Lima tema diperoleh melalui proses pengodean dan pengelompokan informasi dari seluruh sumber. Pernyataan mengenai per-

luasan jangkauan konsumen, visibilitas produk, dan pelanggan baru dikelompokkan ke dalam tema akses pasar digital. Informasi mengenai QRIS, transfer, dompet digital, kecepatan transaksi, dan jejak penerimaan membentuk tema pembayaran digital. Pernyataan mengenai konten, ulasan, testimoni, komunikasi, kepercayaan, dan pembelian ulang membentuk tema social commerce. Informasi mengenai komisi, iklan, diskon, pengiriman, retur, persaingan harga, dan perubahan algoritma membentuk tema struktur biaya dan risiko platform. Kemampuan membuat konten, membaca data, menghitung biaya, mencatat transaksi, dan memisahkan keuangan mem-bentuk tema literasi digital dan literasi keuangan. Kelima tema saling berkaitan karena akses pasar, social commerce, dan pembayaran digital meningkatkan peluang transaksi, sedangkan biaya platform dan kapabilitas internal menentukan apakah transaksi berubah menjadi laba dan arus kas yang stabil.

Tabel 3. Matriks Sintesis Literatur

Sumber	Fokus	Temuan Utama	Tema Dominan
Barney (1991)	Sumber daya dan keunggulan berkelanjutan	Nilai strategis muncul ketika sumber daya dikelola melalui kapabilitas yang sulit ditiru.	Kapabilitas internal
Nambisan et al. (2019)	Kewirausahaan dan inovasi digital	Platform memperluas peluang, reputasi, dan pengorganisasian aktivitas usaha.	Akses pasar dan platform
Tambunan (2019)	Perkembangan UMKM Indonesia	Keterbatasan produktivitas, akses pasar, dan kapasitas masih memengaruhi kinerja.	Konteks UMKM
Vial (2019)	Transformasi digital	Teknologi mengubah penciptaan nilai, proses, dan struktur organisasi.	Mekanisme penciptaan nilai

Sumber	Fokus	Temuan Utama	Tema Dominan
Verhoef et al. (2021)	Transformasi digital multidisipliner	Digitalisasi memengaruhi proses, pengalaman pelanggan, dan model bisnis.	Akses pasar dan pelanggan
Costa Melo et al. (2023)	Kinerja transformasi digital berkelanjutan	Kinerja digital perlu diukur secara multidimensi.	Keluaran kinerja
Clemente-Almendros et al. (2024)	Determinan dan ukuran UKM	Ukuran dan sumber daya menyebabkan variasi transformasi digital.	Kapabilitas dan heterogenitas
Merín-Rodríguez et al. (2024)	Transformasi digital dan kinerja	Inovasi model bisnis menjadi mekanisme penting bagi kinerja.	Model bisnis dan kinerja
Prakasa & Jumani (2024)	Kapabilitas digital dan kinerja	Kapabilitas digital meningkatkan kinerja melalui transformasi bisnis digital.	Kapabilitas digital
Restrepo-Morales et al. (2024)	Hambatan digitalisasi	Biaya, keterampilan, keamanan, dan budaya menjadi hambatan utama.	Biaya dan risiko
Sagala & Ori (2024)	Keberhasilan transformasi UKM	Pembelajaran, keselarasan teknologi, dan strategi bertahap menentukan keberhasilan.	Kapabilitas dan strategi
Kallmuenzer et al. (2025)	Adopsi dan hasil kinerja	Teknologi tepat dan keterampilan mendukung kinerja, sedangkan sistem lama dan budaya risiko menghambat.	Adopsi, kinerja, dan hambatan
Prathama et al. (2026)	Literasi, inklusi, dan kinerja UMKM	Literasi dan kapasitas internal menentukan manfaat transformasi digital.	Literasi digital dan keuangan

Sumber: hasil sintesis penulis (2026).

Perluasan Akses Pasar Digital

Marketplace, media sosial, aplikasi pesan instan, dan katalog daring memperluas jangkauan produk UMKM melampaui pasar lokal. Kanal digital memungkinkan produk ditemukan oleh konsumen dari wilayah dan segmen yang sebelumnya tidak terjangkau. Pelaku usaha dapat menyesuaikan waktu promosi, visual produk, paket harga, dan penawaran berdasarkan respons konsumen. Pola ini meningkatkan peluang terbentuknya kunjungan, pertanyaan produk, dan pesanan.

Kenaikan jumlah pesanan tidak selalu diikuti kenaikan pendapatan bersih. Pada kanal yang menuntut diskon, promosi berbayar, respons cepat, dan rating tinggi, tambahan penjualan dapat disertai peningkatan biaya. Temuan ini membedakan dampak digitalisasi terhadap omzet kotor dan laba yang benar-benar dipertahankan oleh UMKM.

Pembayaran Digital dan Stabilitas Arus Kas

QRIS, transfer bank, dompet digital, dan mobile banking mengurangi hambatan transaksi tunai dan mempercepat penyelesaian pembayaran. Kemudahan tersebut mengurangi kemungkinan pembatalan pembelian ketika konsumen tidak membawa uang tunai atau ketika transaksi dilakukan dari jarak jauh. Perkembangan pembayaran digital juga

menyediakan pintu masuk bagi pencatatan transaksi usaha (Bank Indonesia, 2025).

Transaksi digital menghasilkan jejak pembayaran yang dapat digunakan untuk memantau penjualan harian, pola penerimaan, dan arus kas. Manfaat tersebut belum muncul otomatis karena sebagian pelaku UMKM belum memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga. Dampak yang lebih kuat terlihat ketika data transaksi digital dipadukan dengan pencatatan biaya, stok, kewajiban, dan laba (Demirgüç-Kunt et al., 2018; OJK, 2024).

Social Commerce dan Kepercayaan Pelanggan

Social commerce membentuk penjualan melalui kombinasi konten, ulasan, testimoni, dan interaksi langsung antara penjual dan konsumen. Foto produk yang konsisten, video proses produksi, cerita usaha, dan respons cepat memperkuat kredibilitas serta mendorong pembelian ulang. Interaksi juga menyediakan informasi mengenai kebutuhan, keberatan, dan preferensi pelanggan.

Akun digital yang tidak dikelola secara berkelanjutan cenderung menjadi katalog pasif. Ketidakteraturan unggahan, kualitas visual yang rendah, informasi yang tidak lengkap, dan respons lambat mengurangi peluang konversi

meskipun pelaku usaha telah memiliki akun pada platform digital.

Struktur Biaya Platform dan Risiko Margin

Platform digital membuka pasar, tetapi sekaligus menambah komponen biaya berupa komisi, administrasi pembayaran, iklan, diskon, pengemasan, retur, dan subsidi ongkos kirim. Pada usaha berskala mikro, akumulasi biaya tersebut dapat mengurangi margin meskipun nilai penjualan meningkat. Temuan Restrepo-Morales et al. (2024) juga menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya, biaya investasi, keterampilan, keamanan, dan budaya usaha dapat menghambat transformasi.

Ketergantungan pada satu platform meningkatkan kerentanan terhadap perubahan algoritma, aturan promosi, dan persaingan harga. UMKM yang menggunakan beberapa kanal penjualan, membangun pelanggan tetap, serta mencatat biaya secara tertib memiliki posisi lebih kuat dalam menjaga kesinambungan pendapatan. World Bank (2022) menekankan bahwa pemanfaatan alat digital

perlu disertai kemampuan, pembiayaan, dan dukungan ekosistem agar meningkatkan daya saing.

Literasi Digital dan Literasi Keuangan

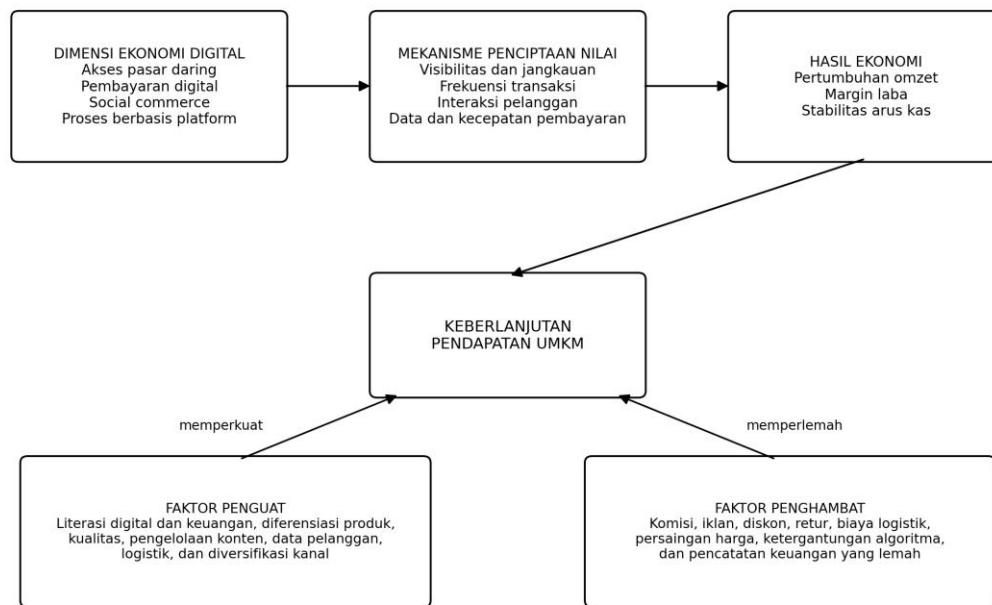
Literasi digital mencakup kemampuan memilih kanal, membuat konten, membaca respons konsumen, menjaga keamanan akun, menggunakan fitur promosi, dan memanfaatkan data platform. Literasi keuangan mencakup kemampuan memisahkan uang usaha dan pribadi, menghitung harga pokok, mencatat transaksi, mengendalikan biaya, serta mengevaluasi laba dan arus kas.

Kedua kemampuan saling melengkapi. Literasi digital membantu menghasilkan jangkauan dan transaksi, sedangkan literasi keuangan menentukan apakah transaksi menghasilkan laba yang memadai. Kombinasi keduanya menjadi kondisi paling konsisten dalam menjelaskan perbedaan manfaat digitalisasi antar-UMKM (Prakasa & Jumani, 2024; Prathama et al., 2026; Sagala & Öri, 2024).

Tabel 4. Mekanisme Dampak Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM

Dimensi	Mekanisme Utama	Dampak pada Omzet	Dampak pada Margin/Arus Kas	Risiko
Marketplace	Produk tampil pada pasar lebih luas	Potensi kenaikan pesanan	Bergantung pada komisi, diskon, dan retur	Persaingan harga dan ketergantungan platform
Media sosial	Konten dan interaksi pelanggan	Kunjungan dan pembelian ulang	Biaya relatif rendah jika organik, tetapi menuntut konsistensi	Jangkauan algoritmik menurun
Pembayaran digital	Transaksi lebih cepat dan tercatat	Mengurangi batal transaksi	Membantu pemantauan arus kas jika dicatat	Biaya administrasi dan pencatatan tidak rapi
Aplikasi pesan	Komunikasi dan pemesanan langsung	Meningkatkan konversi	Mempercepat penerimaan pesanan	Respons lambat dan pesanan tidak terdokumentasi
Iklan digital	Visibilitas produk secara terarah	Menaikkan penjualan jangka pendek	Menekan laba jika biaya akuisisi tinggi	Ketergantungan promosi berbayar
Layanan logistik	Memperluas wilayah distribusi	Meningkatkan pasar yang dilayani	Memengaruhi biaya dan waktu penerimaan	Kerusakan, keterlambatan, dan biaya kirim

Sumber: hasil sintesis penulis (2026).



Gambar 2. Model Keberlanjutan Pendapatan UMKM dalam Ekonomi Digital
Sumber: hasil sintesis penulis (2026).

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital memengaruhi pendapatan UMKM melalui rangkaian mekanisme, bukan hubungan langsung yang seragam. Akses pasar digital meningkatkan visibilitas dan peluang transaksi. Pembayaran digital mempermudah penyelesaian transaksi. Social commerce memperkuat kepercayaan dan hubungan pelanggan. Namun, ketiga manfaat tersebut baru menghasilkan keberlanjutan pendapatan apabila pelaku usaha mampu mengendalikan biaya serta mengelola sumber daya digital secara efektif.

Temuan ini sejalan dengan Prakasa dan Jumani (2024), yang menunjukkan bahwa kapabilitas digital berpengaruh terhadap transformasi bisnis dan kinerja usaha kecil. Hasil tersebut juga mendukung Merín-Rodríguez et al. (2024), yang menempatkan inovasi model bisnis sebagai mekanisme penghubung antara transformasi digital dan kinerja. Persamaan hasil muncul karena teknologi tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga mendorong perubahan proses, cara pelayanan, dan penciptaan nilai.

Meskipun demikian, literatur tidak selalu menunjukkan hasil positif yang seragam. Kallmuenzer et al. (2025) menjelaskan bahwa teknologi yang tepat dan keterampilan digital dapat memperbaiki kinerja, tetapi budaya

menghindari risiko dan ketergantungan pada sistem lama dapat menghambat hasil. Restrepo-Morales et al. (2024) menemukan bahwa keterbatasan dana, biaya investasi, kekurangan tenaga terampil, keamanan teknologi, dan budaya organisasi menjadi penghalang penting. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa adopsi teknologi dapat menciptakan biaya dan kompleksitas baru apabila tidak sesuai dengan kapasitas usaha.

Perbedaan hasil penelitian dapat dijelaskan oleh variasi indikator kinerja. Studi yang mengukur penjualan, jangkauan pasar, atau produktivitas cenderung memperoleh hasil lebih positif dibandingkan studi yang memasukkan biaya, pendapatan bersih, dan keberlanjutan arus kas. Ukuran usaha juga memengaruhi kemampuan menyerap biaya. Clemente-Almendros et al. (2024) menunjukkan bahwa heterogenitas ukuran dan karakteristik UKM memengaruhi proses transformasi. Selain itu, sektor, lokasi, jenis produk, kematangan digital, dan lama penggunaan teknologi menentukan besarnya manfaat.

Kontribusi terhadap teori ekonomi digital terletak pada pembedaan tiga tingkat keluaran ekonomi. Tingkat pertama adalah pertumbuhan omzet melalui peningkatan jangkauan dan transaksi. Tingkat kedua adalah margin laba yang ditentukan oleh kemampuan me-

ngendalikan biaya. Tingkat ketiga adalah stabilitas arus kas yang dipengaruhi pencatatan, waktu penerimaan pembayaran, pengelolaan stok, dan pemisahan keuangan. Perbedaan ini memperluas analisis digitalisasi dari sekadar adopsi dan volume penjualan menuju keberlanjutan hasil ekonomi.

Dalam perspektif Resource-Based View, marketplace, media sosial, pembayaran digital, dan data transaksi merupakan sumber daya yang relatif mudah diakses oleh banyak pelaku usaha. Karena juga tersedia bagi pesaing, teknologi tidak otomatis menghasilkan keunggulan berkelanjutan. Nilai strategis muncul ketika teknologi dipadukan dengan kapabilitas yang dibangun melalui pengalaman dan pembelajaran, seperti membaca pasar, mengembangkan konten, menjaga kualitas, mengelola pelanggan, menghitung biaya, dan menggunakan data. Penelitian ini memperluas Resource-Based View dengan menempatkan literasi digital dan keuangan sebagai mekanisme konversi, serta biaya dan ketergantungan platform sebagai kondisi batas yang dapat memperlemah nilai sumber daya digital.

Implikasi Kebijakan bagi Pemerintah

Program digitalisasi UMKM perlu bergeser dari pendekatan yang hanya berorientasi pada jumlah akun marketplace, pengguna pembayaran digital, atau peserta pelatihan. Evaluasi perlu mencakup perubahan omzet, margin laba, ketertiban pencatatan, stabilitas arus kas, dan tingkat ketergantungan terhadap satu platform.

Pelatihan pemasaran digital perlu diintegrasikan dengan pengelolaan keuangan. Materi pendampingan sebaiknya mencakup perhitungan harga pokok, penentuan harga jual, evaluasi biaya iklan, pengelolaan persediaan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta analisis arus kas. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan komunitas pendamping perlu menyusun program berdasarkan karakteristik sektor usaha.

Pemerintah juga perlu mendorong diversifikasi kanal penjualan agar UMKM tidak bergantung pada satu marketplace. Pelaku usaha perlu dibantu membangun basis pelanggan langsung melalui media sosial, aplikasi pesan, katalog digital, komunitas lokal, dan jaringan pemasaran mandiri (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024; OECD, 2021; World Bank, 2022).

Implikasi bagi Platform Digital

Platform digital perlu menyediakan struktur biaya yang transparan dan mudah dipahami. Informasi mengenai komisi, biaya layanan, potongan promosi, biaya pembayaran, retur, dan waktu pencairan dana perlu disampaikan secara jelas agar UMKM dapat menghitung penerimaan bersih.

Platform perlu menyediakan laporan transaksi yang memisahkan nilai penjualan kotor, biaya layanan, biaya promosi, retur, dan dana yang diterima penjual. Perubahan algoritma, aturan promosi, dan kebijakan penjual juga perlu dikomunikasikan secara transparan. Mekanisme perlindungan akun, penyelesaian sengketa, keamanan digital, dan pendampingan penjual perlu diperkuat.

Implikasi bagi UMKM

UMKM perlu menilai keberhasilan digitalisasi berdasarkan laba dan arus kas, bukan hanya jumlah pesanan. Setiap kanal penjualan perlu dievaluasi berdasarkan penerimaan bersih setelah dikurangi biaya platform, iklan, diskon, pengemasan, pengiriman, dan retur.

Pelaku usaha perlu memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mencatat transaksi bersama biaya dan stok, serta menggunakan beberapa kanal penjualan untuk mengurangi ketergantungan platform. Basis pelanggan, identitas merek, data pembelian, komunitas, kualitas produk, dan hubungan langsung dengan konsumen perlu dikembangkan sebagai aset internal.

SIMPULAN

Ekonomi digital dapat meningkatkan keberlanjutan pendapatan UMKM melalui perluasan akses pasar, kemudahan pembayaran, penguatan interaksi pelanggan, dan penggunaan data transaksi. Dampak awal paling terlihat pada peningkatan visibilitas, jangkauan konsumen, dan peluang penjualan. Namun, kenaikan omzet belum menjamin peningkatan pendapatan bersih karena komisi, iklan, diskon, logistik, retur, dan persaingan harga dapat menyerap tambahan penerimaan.

Margin laba dipengaruhi oleh kemampuan mengendalikan biaya, sedangkan stabilitas arus kas dipengaruhi oleh pencatatan, pemisahan keuangan, pengelolaan persediaan, dan waktu penerimaan pembayaran. Keberhasilan digitalisasi karena itu perlu dinilai

melalui pertumbuhan omzet, margin laba, dan stabilitas arus kas secara bersamaan.

Kebaruan penelitian terletak pada kerangka keberlanjutan pendapatan yang menghubungkan dimensi ekonomi digital, mekanisme penciptaan nilai, hasil ekonomi, kapabilitas internal, dan risiko platform. Kerangka tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital tidak menghasilkan manfaat ekonomi secara otomatis. Secara teoretis, penelitian memperluas Resource-Based View dengan menempatkan teknologi digital sebagai sumber daya pendukung, kapabilitas internal sebagai mekanisme konversi, serta biaya dan ketergantungan platform sebagai kondisi batas. Secara praktis, penelitian merekomendasikan pendampingan yang mengintegrasikan pemasaran digital, pencatatan keuangan, pembayaran digital, pengelolaan logistik, analisis biaya, keamanan akun, dan diversifikasi kanal penjualan.

Penelitian ini terbatas pada data sekunder dan telaah literatur sehingga belum menangkap pengalaman langsung pelaku UMKM berdasarkan sektor, ukuran, lokasi, dan tingkat kematangan digital. Penelitian selanjutnya perlu menguji model konseptual melalui survei, wawancara, studi kasus, atau metode campuran. Pengujian dapat membandingkan UMKM berdasarkan jenis platform, sektor, wilayah, ukuran usaha, lama penggunaan teknologi, dan tingkat literasi. Penelitian longitudinal juga diperlukan untuk menilai apakah pertumbuhan transaksi digital menghasilkan perbaikan margin laba dan stabilitas arus kas dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025a). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025b). Statistik E-Commerce 2024. Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2025). QRIS Jelajah Indonesia 2025 dorong digitalisasi dengan semangat keindonesiaan. Bank Indonesia.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Clemente-Almendros, J. A., Nicoara-Popescu, D., & Pastor-Sanz, I. (2024). Digital transformation in SMEs: Understanding its determinants and size heterogeneity. *Technology in Society*, 77, 102483. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102483>
- Costa Melo, I., Queiroz, G. A., Alves Junior, P. N., de Sousa, T. B., Yushimito, W. F., & Pereira, J. (2023). Sustainable digital transformation in small and medium enterprises (SMEs): A review on performance. *Heliyon*, 9(3), e13908. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13908>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring financial inclusion and the fintech revolution. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0>
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2024). e-Conomy SEA 2024: Profits on the rise, harnessing SEA advantage. Google, Temasek, and Bain & Company.
- Kallmuenzer, A., Mikhaylov, A., Chelaru, M., & Czakon, W. (2025). Adoption and performance outcome of digitalization in small and medium-sized enterprises. *Review of Managerial Science*, 19, 2011–2038. <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00744-2>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). UMKM hebat, perekonomian nasional meningkat. Direktorat Jenderal Perbendaharaan.
- Merín-Rodríguez, J., Dasí, À., & Alegre, J. (2024). Digital transformation and firm performance in innovative SMEs: The mediating role of business model innovation. *Technovation*, 134, 103027. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103027>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- OECD. (2021). The digital transformation of SMEs. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024. Otoritas Jasa Keuangan.
- Prakasa, Y., & Jumani, Z. A. (2024). Linking digital capability to small business performance: The mediating role of digital business transformation. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2342486. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342486>

- Prathama, B. D., Setiawati, E., Armiani, A., & Nursansiwati, D. A. (2026). Transformasi digital dan kinerja UMKM dalam perspektif literasi dan inklusi keuangan di Gunungsari Lombok Barat. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 4(4), 1514–1521. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v4i4.245>
- Restrepo-Morales, J. A., Ararat-Herrera, J. A., López-Cadavid, D. A., & Camacho-Vargas, A. (2024). Breaking the digitalization barrier for SMEs: A fuzzy logic approach to overcoming challenges in business transformation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13, 84. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00429-w>
- Sagala, G. H., & Öri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: A systematic literature review. *Information Systems and e-Business Management*, 22, 667–719. <https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2>
- Tambunan, T. T. H. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 18. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- World Bank. (2022). Digitalizing SMEs to boost competitiveness. World Bank.