

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah menghasilkan perubahan besar di berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi. Salah satu dampak dari kemajuan ini adalah munculnya ekonomi digital, yang berkaitan pada kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi digital sebagai dasarnya (Purba et al., 2025).

Pada karya tulis *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* (Tapscott, 1996 dalam Sivia & Soleha, 2022) awalnya mengusulkan gagasan ekonomi digital. Ia menjelaskan bahwa istilah "ekonomi digital" juga dapat merujuk pada ekonomi baru. Hal ini disebabkan oleh pemanfaatan teknologi informasi digital.

Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri multinasional mikro dengan elastisitas dan dinamika yang pelaku UMKM miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk terlahir secara global, digitalisasi mendorong persaingan karena memungkinkan model bisnis yang inovatif dan memungkinkan perusahaan untuk meningkat dengan cepat (Sari, 2019).

Dunia modern telah maju ke *society era 5.0*, di mana teknologi mendukung setiap usaha manusia. Pelaku usaha telah beralih dari menggunakan metode tradisional ke digitalisasi kegiatan komersial di bidang ekonomi.. Misalnya, pelaku ekonomi menggunakan metode konvensional untuk mempromosikan barang sebelum pengembangan internet. Namun, saat ini, pemasaran telah beralih ke *platform digital* karena semakin banyaknya penggunaan teknologi (König, Ungerer, Baltes, & Terzidis, 2019).

Kemajuan teknologi yang pesat berdampak pada pelaku UMKM, serta semua usaha yang sukses menggunakan teknologi internet untuk mendukung operasional. Dari segi bisnis, hal ini sangat menguntungkan (Afiah et al., 2022 dalam Harianto & Ahmad, 2025). UMKM kini menghadapi persaingan yang semakin ketat karena itu, perlu menyadari masalah ini dan memahami serta menguasai pemasaran digital dalam kaitannya dengan ekonomi digital.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran.

Strategi pemasaran digital yang memanfaatkan teknologi menjadi sangat penting karena dapat mengedukasi para pelaku UMKM mengenai langkah-langkah dan strategi mengembangkan jaringan konsumen melalui penggunaan media teknologi untuk memasarkan produk pelaku UMKM, sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM (Rosenbusch et al., 2011 dalam Riyanto & Fahira, 2024).

UMKM adalah model bisnis yang sudah dikenal luas di masyarakat. Karena banyaknya peminat UMKM dan berperan sebagai salah satu pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi. Terlepas dari membantu pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan, UMKM dapat menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat, membantu mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap penyaluran hasil pembangunan.

Karena UMKM bisa menjadi alternatif yang dapat meringankan beban ekonomi nasional di kala ekonomi sedang lesu, keberadaannya sangat penting bagi perekonomian. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya lapangan pekerjaan dan UMKM dapat menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Selain itu, industri ini berpotensi untuk meningkatkan PDB atau pendapatan per kapita Indonesia. Tumbuhnya UMKM menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan tidak hanya pendapatan namun juga kesempatan kerja.

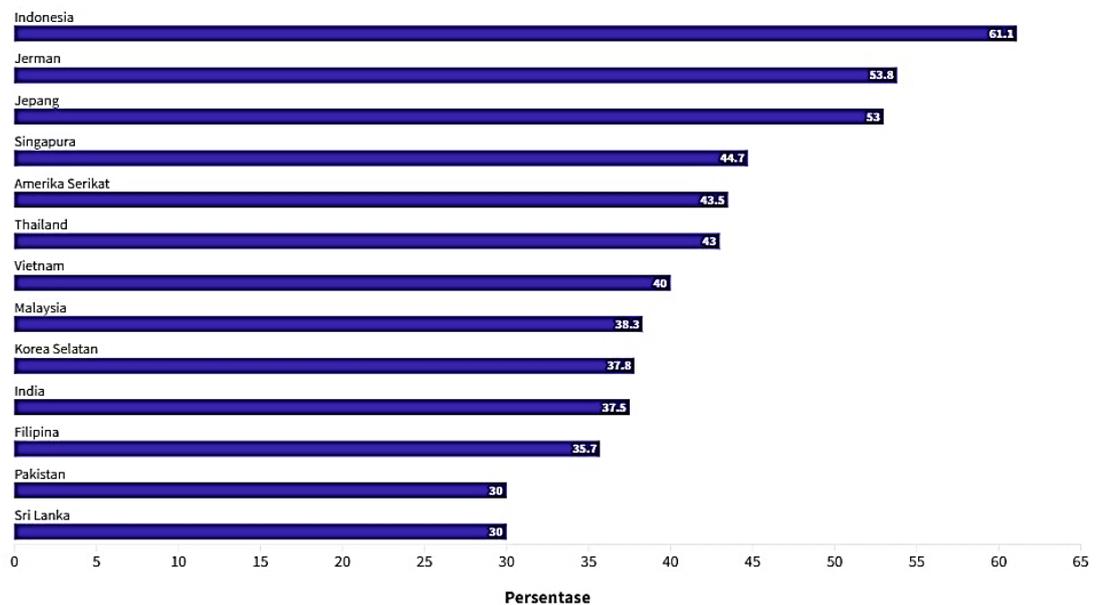
Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi digital di Indonesia telah tumbuh sekitar 8–10% dan diperkirakan akan mencapai US\$82 miliar pada tahun 2023, atau Rp1.274 triliun (asumsi nilai tukar Rp15.532 per dolar AS). Diskusi panel bertema "*Economic Transformation*" pada Indonesia Africa-Forum (IAF) 2024 mengindikasikan bahwa target nilai ekonomi digital diharapkan mencapai US\$109 miliar (Rp1.693 triliun) pada tahun 2025 (Bisnis.com, 2024).

**Tabel 1. 1**  
**Data UMKM di ASEAN**

Negara	Banyaknya UMKM
Indonesia	65,5 Juta
Thailand	3,1 Juta
Malaysia	1,2 Juta
Filipina	996,700
Vietnam	651,100
Kamboja	512,900
Singapura	279,000
Laos	133,700
Myanmar	72,700

Sumber : Katadata.co.id, 2023.

**Kontribusi UMKM Atas PDB di Beberapa Negara**



Sumber: CNBC Indonesia Research

GoodStats

**Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM atas PDB Indonesia**

Sumber : GoodStats, 2024.

Berdasarkan data dari Katadata.co.id (2023), mengatakan bahwa UMKM merupakan sumber utama penciptaan lapangan kerja dan berkontribusi signifikan terhadap PDB, sehingga menjadikannya pilar ekonomi yang penting. UMKM menyumbang 65,5 juta unit usaha pada tahun 2023, naik 1,7% dari tahun sebelumnya, Usaha kecil menyumbang 2%, usaha menengah menyumbang 1%, dan usaha mikro menyumbang 97% dari total tersebut. UMKM menyumbang 61% atau Rp9.580 triliun terhadap PDB pada tahun 2023, menurut data BPS. Sebagai perbandingan, jumlah ini naik 2,3% dari tahun sebelumnya (Ayuningtyas, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Sivia & Soleha (2022), penerapan ekonomi digital di kalangan UMKM di Kota Curup telah berkembang dengan baik. Dalam penggunaan *platform digital*, *situs web*, serta *sosial media* sangat membantu para pelaku UMKM, terutama dalam memasarkan produk secara online. Selain itu, ekonomi digital juga mempermudah pelaku UMKM dalam merekrut dan mengelola tenaga kerja. Dengan sistem yang lebih terstruktur, seperti pencatatan transaksi otomatis dan komunikasi yang lebih mudah melalui *platform digital*, operasional bisnis menjadi lebih efisien.

Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kota Jambi saat ini yaitu penggunaan media sosial berbasis internet atau biasa dikenal dengan perdagangan online. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kota Jambi mempromosikan produknya melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Persaingan antar UMKM di Provinsi Jambi semakin ketat karena semakin banyaknya pelaku usaha. Hal ini membuat pelaku UMKM harus bisa merancang strategi bisnis yang kreatif agar UMKM dapat berkembang dengan cepat, sejalan dengan pesatnya perkembangan ekonomi digital. Di tahun 2023, jumlah UMKM di Provinsi Jambi mencapai 176.051 unit. Di Provinsi Jambi banyak UMKM yang bergerak di berbagai sektor usaha dan sudah menunjukkan peningkatan yang besar dalam beberapa tahun terakhir.

Berikut ini adalah data mengenai populasi UMKM di Provinsi Jambi periode 2023 :

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah UMKM Provinsi Jambi 2023**

No	Kecamatan	Jumlah UMKM tahun 2023 (unit)
1	Kerinci	7.468
2	Merangin	7.546
3	Sarolangun	2.627
4	Batanghari	17.673
5	Muaro Jambi	41.234
6	Tanjung Jabung Timur	19.046
7	Tanjung Jabung Barat	8.698
8	Tebo	8.370
9	Bungo	3.614
10	Kota Jambi	47.712
11	Kota Sungai Penuh	9.028
<b>Provinsi Jambi</b>		<b>176.051</b>

*Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi, 2024.*

Kondisi tersebut terus mengalami perkembangan sehingga dapat diprediksi bahwa tahun 2024 populasi pengusaha UMKM di Kota Jambi akan mengalami pertumbuhan. Seperti yang terlihat dalam tabel 1.2 di tahun 2023 sesuai dengan data yang paling banyak adalah populasi UMKM di Kota Jambi sebanyak 47.712 unit usaha (Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi, 2024).

Perkembangan jumlah UMKM setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Meskipun jumlah UMKM meningkat tetapi masih banyak hambatan yang ditemui salah satunya adalah masalah pemasaran hasil produksi. Sehingga diperlukan pelatihan dan dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM di era ekonomi digital. Masalah tersebut meliputi keterbatasan dana, tantangan pemasaran, dan persaingan yang ketat.

Berdasarkan data Kadin Indonesia (2023), bahwa sekitar 8% dari 59,2 juta UMKM di Indonesia sudah menggunakan teknologi berbasis digital. Kendala utama dalam memanfaatkan promosi secara online adalah keterbatasan kemampuan sumber daya manusia pelaku usaha, khususnya di daerah terpencil yang juga menghadapi masalah keterbatasan akses sinyal. Padahal, promosi produk melalui *platform digital* dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM, terutama dalam memasarkan produk pelaku UMKM.

Namun demikian, adopsi teknologi digital oleh UMKM tidak terlepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi, terutama terkait dengan kesiapan sumber daya manusia dan infrastruktur pendukung. Banyak pelaku UMKM yang masih membutuhkan pelatihan agar mampu memanfaatkan teknologi secara optimal, mulai dari penggunaan perangkat digital hingga strategi pemasaran online yang efektif. Selain itu, dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis, sangat diperlukan untuk mempercepat proses digitalisasi UMKM, sehingga pelaku UMKM dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kolaborasi dan sinergi antar-stakeholder menjadi kunci dalam mengatasi hambatan dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital di berbagai daerah, termasuk Kota Jambi.

Meskipun masih tergolong rendah, penggunaan ekonomi digital di Kota Jambi terus berkembang. Salah satu bukti dari perkembangan tersebut melalui internet, yang juga dikenal sebagai penjualan online (*online shop*) para pelaku UMKM di Kota Jambi memanfaatkan *smartphone* dan *sosial media* untuk memasarkan barang atau layanan agar lebih populer oleh banyak orang.

Melihat pentingnya pengaruh keberadaan UMKM terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dari suatu wilayah khususnya wilayah kota jambi, membuat keingintahuan tentang bagaimana pengaruh dari kemajuan teknologi untuk mendukung peningkatan pendapatan UMKM. Oleh karena itu, penulis berminat untuk melakukan riset "**Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Kasus UMKM di Kota Jambi)**".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Di era digital saat ini, UMKM memiliki peluang besar sekaligus tantangan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, tidak semua UMKM khususnya di wilayah seperti Kota Jambi dapat sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, rumusan masalah yang akan digunakan berkaitan dengan riset ini, meliputi :

1. Bagaimana karakteristik sosial ekonomi pelaku UMKM Kota Jambi?
2. Bagaimana perbedaan pendapatan UMKM sebelum dan setelah menerapkan ekonomi digital di Kota Jambi?
3. Bagaimana pengaruh implementasi ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM di Kota Jambi?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah guna:

1. Mengidentifikasi dan mengkaji karakteristik sosial ekonomi pelaku UMKM di Kota Jambi.
2. Mengetahui dan mengkaji perbedaan pendapatan UMKM sebelum dan sesudah menggunakan ekonomi digital Kota Jambi.
3. Mengetahui dan mengkaji pengaruh implementasi ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM di Kota Jambi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian bertujuan guna memberikan manfaat :

### **1. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai referensi dan data yang berguna bagi pemerintah dan pengusaha UMKM dalam mengambil keputusan tentang ekonomi digital pada tingkat pendapatan UMKM.

### **2. Manfaat Akademik**

Peneliti berharap hasil dari riset ini bisa memberikan sumbangan pengetahuan dan referensi serta sumber informasi yang menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.