Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 3343-3352

Analisis Peran Transformasi Digital dan Inovasi dalam Peningkatan Daya Saing UMKM

Analysis of the Role of Digital Transformation and Innovation in Enhancing MSME Competitiveness

Ryan Rauzan[1*], M. Habbil Frizky[2], Tegar Achmad Faiq[3], Fitri Hayati[4]
[1-4]Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
*Penulis Korespodensi: ryanrauzan009@gmail.com[1]

Published: January, 2026

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, namun menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saing di era digital. Transformasi digital dan inovasi menjadi strategi penting agar UMKM mampu bertahan sekaligus berkembang di tengah disrupsi pasar yang terus berubah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peran transformasi digital dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur sistematis (Systematic Literature Review atau SLR), dengan menelaah dan mensintesis hasil temuan dari berbagai artikel ilmiah primer yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa transformasi digital yang mencakup penerapan e-commerce, pemasaran digital, serta penggunaan fintech, dan inovasi dalam bentuk pengembangan produk, proses, serta model bisnis, memiliki peran penting dan hubungan positif terhadap peningkatan daya saing UMKM. Meskipun demikian, pelaksanaannya masih menghadapi sejumlah hambatan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya literasi digital, kendala finansial, serta faktor organisasi seperti kurangnya kapabilitas dan lemahnya kepemimpinan digital. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa adopsi teknologi digital saja tidaklah cukup. Transformasi digital perlu dipahami sebagai proses inovasi yang menyeluruh, di mana peningkatan daya saing UMKM dapat tercapai secara optimal melalui sinergi antara pemanfaatan teknologi, pengembangan kapabilitas digital sumber daya manusia, serta kepemimpinan digital yang kuat dan berorientasi pada strategi inovasi.
Kata kunci: Transformasi Digital, Inovasi, Daya Saing, UMKM, Kepemimpinan Digital

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) serve as the backbone of Indonesia's economy but face major challenges in maintaining competitiveness in the digital era. Digital transformation and innovation have become essential strategies for MSMEs to survive and grow amid rapidly changing market disruptions. This study aims to conduct an in-depth analysis of the role of digital transformation and innovation in enhancing the competitiveness of MSMEs. The research method employed is a Systematic Literature Review (SLR), which involves examining and synthesizing findings from various relevant primary scientific articles. The analysis reveals that digital transformation, encompassing the implementation of e-commerce, digital marketing, and the use of fintech, as well as innovation in product, process, and business model development, plays a crucial role and has a positive relationship with the enhancement of MSME competitiveness. However, implementation still faces several challenges, including limited human resources and low digital literacy, financial constraints, and organizational factors such as inadequate capabilities and weak digital leadership. Therefore, this study emphasizes that adopting digital technology alone is not sufficient. Digital transformation must be understood as a comprehensive process of innovation, where the improvement of MSME competitiveness can be achieved optimally through the synergy between technology adoption, the development of human resource digital capabilities, and strong digital leadership that drives innovation-oriented strategies.
Keywords: Digital Transformation, Innovation, Competitiveness, MSMEs, Digital Leadership

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam era transformasi teknologi yang begitu cepat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Sektor ini berperan penting sebagai penopang utama perekonomian nasional, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Namun, dinamika digitalisasi ekonomi menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan

perilaku konsumen, model bisnis, dan sistem distribusi yang semakin berbasis digital (Purnomo et al., 2024).

Transformasi digital kini menjadi kebutuhan strategis yang tidak dapat dihindari. Pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce, sistem pembayaran berbasis fintech, dan strategi pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan (Sutrisman & Susyanti, 2025; Putri, 2025). Di sisi lain, inovasi berperan penting dalam menciptakan nilai tambah, baik melalui pengembangan produk, penyempurnaan proses bisnis, maupun restrukturisasi model usaha yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar.

Perkembangan terbaru dalam literatur menunjukkan adanya pergeseran paradigma yang cukup fundamental. Transformasi digital tidak lagi dipahami hanya sebagai penerapan teknologi baru, melainkan sebagai sebuah proses inovasi yang melibatkan pembaruan pada berbagai aspek organisasi. Pandangan ini didukung oleh penelitian Romero dan Mammadov (2025) yang menegaskan bahwa digitalisasi merupakan katalis penting bagi terciptanya inovasi di tingkat produk, proses, dan model bisnis. Konsep ini memperluas pemahaman bahwa teknologi hanyalah sarana, sementara inti dari daya saing terletak pada kemampuan organisasi untuk berinovasi dan beradaptasi.

Meski demikian, bukti empiris menunjukkan bahwa penerapan transformasi digital di kalangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Sejumlah penelitian mengungkapkan adanya hambatan yang bersifat struktural maupun kultural, seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya literasi digital, serta minimnya sumber daya manusia yang memiliki kompetensi teknologi (Purnomo et al., 2024; Krismajayanti et al., 2024). Kondisi ini menyebabkan ketimpangan antara pemahaman teoretis mengenai manfaat digitalisasi dan realitas pelaksanaannya di lapangan.

Merta et al. (2024) bahkan menemukan bahwa transformasi digital tidak selalu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan daya saing UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa adopsi teknologi tanpa diikuti dengan kemampuan inovasi justru tidak menghasilkan perubahan berarti. Dengan kata lain, transformasi digital hanya akan efektif apabila disertai dengan strategi inovasi yang konkret dan berkelanjutan. Temuan ini mempertegas bahwa teknologi bukan satu-satunya faktor kunci; keberhasilan justru bergantung pada bagaimana pelaku usaha mengelola pengetahuan, kreativitas, dan kepemimpinan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Selain aspek inovasi, faktor kepemimpinan juga memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan proses transformasi digital. Konsep kepemimpinan digital (digital leadership) menjadi perhatian dalam berbagai penelitian terkini, karena dianggap mampu menjembatani hubungan antara transformasi digital dan kinerja inovasi (Sholihin et al., 2025). Pemimpin yang memiliki visi digital yang kuat, kemampuan manajerial yang adaptif, serta kesadaran terhadap pentingnya pengembangan sumber daya manusia akan lebih mampu mengarahkan organisasi menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dengan mempertimbangkan berbagai hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan penelitian yang masih terbuka antara teori mengenai pentingnya transformasi digital dan bukti empiris tentang efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih mendalam dengan menganalisis keterkaitan antara transformasi digital, inovasi, dan kepemimpinan digital dalam konteks UMKM di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis hubungan antara transformasi digital dan inovasi, termasuk bentuk inovasi produk, proses, serta inovasi model bisnis yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing.
2. Mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat utama dalam implementasi transformasi digital pada UMKM di Indonesia.
3. Menjelaskan peran mediasi inovasi dan moderasi kepemimpinan digital dalam memperkuat hubungan antara transformasi digital dan daya saing UMKM.

Melalui pendekatan analisis literatur yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam memperkuat strategi pengembangan daya saing UMKM di era digital. Secara konseptual, penelitian ini menambah pemahaman mengenai bagaimana inovasi dan kepemimpinan berinteraksi dengan proses digitalisasi. Secara praktis, hasil kajian ini dapat menjadi

rujukan bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan lembaga pendukung UMKM dalam merancang program penguatan kapasitas digital dan inovatif yang lebih efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain Systematic Literature Review (SLR) atau studi literatur sistematis. Pendekatan ini dipilih karena memiliki kekuatan metodologis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi secara kritis berbagai hasil penelitian yang relevan dengan topik yang dikaji. SLR juga memungkinkan proses kajian dilakukan secara transparan dan terstruktur, sehingga hasilnya dapat direplikasi, diverifikasi, serta menjadi rujukan akademik yang kredibel bagi peneliti berikutnya.

Tahapan awal dilakukan melalui proses identifikasi artikel ilmiah (primary studies) dengan penelusuran sistematis pada beberapa basis data akademik bereputasi, yaitu Scopus, ScienceDirect, Emerald Insight, dan Google Scholar. Keempat basis data ini dipilih karena memiliki cakupan publikasi internasional dengan standar akademik yang tinggi (Romero & Mammadov, 2025). Untuk memperkaya perspektif lokal dan mendapatkan konteks spesifik Indonesia, pencarian juga diperluas pada basis data nasional seperti Garuda dan SINTA (Purnomo et al., 2024; Maisaroh et al., 2024).

Proses pencarian menggunakan kombinasi kata kunci dengan operator Boolean: ("digital transformation" OR "transformasi digital") AND ("innovation" OR "inovasi") AND ("competitiveness" OR "daya saing") AND ("MSMEs" OR "UMKM"). Pencarian difokuskan pada publikasi dari Januari 2020 hingga Mei 2025 untuk memastikan relevansi dan kemutakhiran hasil kajian, mengingat dinamika transformasi digital yang berkembang sangat cepat.

Tahap selanjutnya adalah proses seleksi artikel menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi yang dirancang secara ketat. Kriteria inklusi meliputi:

1. Artikel harus merupakan hasil penelitian empiris primer, baik dengan pendekatan kuantitatif (Merta et al., 2024; Sholihin et al., 2025; Mangifera et al., 2022; Junita & Damanik, 2025; Rahmadi & Indrawijaya, 2024; 'Uzzahra & Munawaroh, 2025), pendekatan kualitatif (Maisaroh et al., 2024; Akbar & Amir, 2024; Putri, 2025; Subardjo & Rahmawati, 2022; Purnamasari et al., 2023; Widowati et al., 2024), maupun literature review yang relevan (Krismajayanti et al., 2024; Purnomo et al., 2024; Sutrisman & Susyanti, 2025; Tarigan et al., 2025; Sholihin, 2024; Alviani & Munawaroh, 2025; Monalisa et al., 2025);
2. Fokus utama penelitian mencakup variabel digital transformation, innovation, dan competitiveness dalam konteks UMKM; dan
3. Artikel diterbitkan di jurnal ilmiah peer-reviewed dengan akses penuh (full-text).

Sementara itu, artikel yang tidak memenuhi kriteria tersebut seperti publikasi yang tidak dapat diakses secara penuh atau yang berfokus pada korporasi besar dikeluarkan dari proses analisis. Setelah melalui tahapan penyaringan yang komprehensif, diperoleh 20 artikel inti yang dinilai paling relevan, valid, dan berkualitas tinggi untuk dijadikan sumber utama dalam proses sintesis.

Tahap ekstraksi data dilakukan dengan menggunakan matriks analisis yang dikembangkan berdasarkan kerangka kerja dari penelitian SLR terdahulu (Krismajayanti et al., 2024; Purnomo et al., 2024). Matriks ini memuat informasi penting dari setiap artikel, meliputi nama peneliti, tahun publikasi, judul, metodologi penelitian, konteks atau sampel, serta temuan kunci yang terkait dengan pendorong, penghambat, dan implikasi inovasi terhadap daya saing.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Thematic Synthesis atau sintesis tematik, yaitu metode analisis kualitatif yang memungkinkan integrasi hasil penelitian dengan beragam desain metodologis, baik kuantitatif maupun kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bersifat interpretatif dan mampu mengekstraksi makna konseptual dari berbagai penelitian empiris.

Proses sintesis tematik dilaksanakan melalui tiga tahap utama. Pertama, pengkodean baris demi baris terhadap temuan dan pembahasan dari setiap artikel, untuk mengidentifikasi pola-pola konsep yang berulang. Kedua, pengelompokan kode yang serupa menjadi tema-tema deskriptif, seperti "hambatan SDM", "inovasi proses", "peran kepemimpinan", atau "faktor teknologi". Ketiga, pengembangan tema analitis yang lebih tinggi, di mana tema-tema deskriptif tersebut dikonstruksi menjadi hubungan konseptual yang menjawab pertanyaan penelitian secara kritis dan komprehensif.

Tahap akhir dari analisis dilakukan dengan membandingkan dan mengontraskan hasil temuan antar studi guna mengidentifikasi research gap, ketidakkonsistenan empiris, serta pola hubungan yang berulang. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menampilkan hasil sintesis yang bersifat deskriptif, tetapi juga menghasilkan pemahaman baru yang menjelaskan mekanisme hubungan antara transformasi digital, inovasi, kepemimpinan digital, dan daya saing UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil sintesis terhadap dua puluh artikel primer menunjukkan keragaman pendekatan metodologis dalam meneliti hubungan antara digital transformation, innovation, dan competitiveness pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebanyak tujuh penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM), regresi, atau SmartPLS untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris (Mangifera et al., 2022; Merta et al., 2024; Sholihin et al., 2025; Rahmadi & Indrawijaya, 2024; Junita & Damanik, 2025). Tujuh studi lainnya berbentuk literature review atau systematic review (Krismajayanti et al., 2024; Purnomo et al., 2024; Sholihin, 2024; Alviani & Munawaroh, 2025), sementara enam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus dan observasi lapangan (Akbar & Amir, 2024; Maisaroh et al., 2024; Purnamasari et al., 2023; Widowati et al., 2024).

Kerangka teoretis yang paling banyak digunakan dalam literatur adalah Resource-Based View (RBV), yang menekankan pentingnya kapabilitas internal organisasi sebagai sumber utama keunggulan bersaing. Pandangan ini menganggap bahwa kemampuan digital, kompetensi sumber daya manusia, dan kemampuan inovatif merupakan intangible assets yang membedakan UMKM yang adaptif dengan yang stagnan (Mangifera et al., 2022; Junita & Damanik, 2025).

Secara umum, hasil analisis literatur menunjukkan bahwa transformasi digital berperan signifikan dalam mendorong efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan produktivitas. Namun, manfaat ini tidak bersifat otomatis. Efektivitas transformasi digital sangat dipengaruhi oleh sejauh mana UMKM mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam proses inovasi yang terarah. Dalam konteks ini, inovasi berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan adopsi teknologi dengan peningkatan daya saing (Sutrisman & Susyanti, 2025; Mangifera et al., 2022).

Selain itu, beberapa studi menyoroti adanya faktor kontekstual yang membentuk dinamika transformasi digital di Indonesia, seperti perbedaan kesiapan infrastruktur antarwilayah, tingkat literasi digital yang tidak merata, dan keterbatasan modal investasi (Purnomo et al., 2024; Tarigan et al., 2025). Tantangan tersebut menyebabkan kesenjangan antara potensi digitalisasi dan realisasi dampaknya terhadap daya saing UMKM.

Paparan hasil sintesis dari dua puluh artikel tersebut dirangkum dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Sintesis Tinjauan Literatur

Peneliti, Tahun	Judul Jurnal	Metodologi & Sampel	Temuan Kunci (Peran Inovasi, Hambatan, Faktor Kunci)
Krismajayanti et al. (2024)	Drivers, Barriers and Key Success of Digital Transformation on SMEs: A Systematic Literature Review	Systematic Literature Review (SLR)	Mengidentifikasi pendorong (individu, teknologi, organisasi), penghambat (teknis, budaya), dan kunci sukses (internal dan eksternal) transformasi digital.
Mangifera et al. (2022)	The Role of Digital Innovation in SMEs: A Financial Performance Perspective	Kuantitatif (SEM-PLS), 188 UMKM	Inovasi digital (e-commerce dan fintech) berperan sebagai mediator penuh antara kapabilitas digital dan peningkatan kinerja keuangan.
Sholihin et al. (2025)	Digital Leadership as a Bridge Between	Kuantitatif (SmartPLS),	Transformasi digital berpengaruh pada kinerja

	Digital Transformation and Innovation Performance of Generation Z in SMEs	216 UMKM	inovasi. Kepemimpinan digital memediasi penuh hubungan antara transformasi digital dan kinerja inovasi.
Romero & Mammadov (2025)	Digital Transformation of Small and Medium-Sized Enterprises as an Innovation Process: A Holistic Study of Its Determinants	Kuantitatif (Regresi Logistik), 802 UMKM	Transformasi digital adalah proses inovasi. Faktor pendorong utama: kemampuan SDM (human capital) dan strategi organisasi, bukan hanya teknologi.
Purnomo et al. (2024)	Digital Transformation of MSMEs in Indonesia: A Systematic Literature Review	Systematic Literature Review (SLR)	Transformasi digital meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi. Hambatan utama: rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan isu keamanan data.
Akbar & Amir (2024)	The Role of Innovation in Enhancing MSME Competitiveness in the Digital Era: A Case Study of MSMEs in Indonesia	Kualitatif (Studi Kasus, NVivo), 25 UMKM	Inovasi produk dan proses yang didorong oleh transformasi digital (e-commerce, media sosial) meningkatkan efisiensi dan daya saing pasar.
Merta et al. (2024)	The Importance of Micro, Small, and Medium Enterprises Competitiveness through Digital Transformation	Kuantitatif (PLS-SEM), 200 UMKM	Temuan kontradiktif: transformasi digital tidak berpengaruh langsung terhadap daya saing, namun memediasi pengaruh kinerja pemasaran terhadap daya saing.
Putri (2025)	Digital Marketing Transformation for Small and Medium Enterprises: Innovations that Answer Global Market Challenges	Kualitatif (Studi Kasus dan Analisis Literatur)	Transformasi digital marketing (e-commerce, media sosial, SEO) meningkatkan visibilitas global. Hambatan: keterampilan digital dan keterbatasan finansial.
Maisaroh et al. (2024)	Praktik Transformasi Digital Bisnis UMKM: Studi Kasus UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah Sleman (IPAS)	Kualitatif (Studi Kasus Deskriptif), 11 UMKM	Praktik transformasi digital masih sederhana, berfokus pada media sosial dan marketplace. Hambatan: minimnya pengetahuan digital dan akses perbankan.
Sutrisman & Susyanti (2025)	Model Innovation dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital	Studi Kepustakaan (Literature Review)	Inovasi model bisnis melalui transformasi digital dapat meningkatkan pendapatan hingga 30%. Hambatan utama: rendahnya literasi

			digital (35% UMKM).
Tarigan et al. (2025)	Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM	Studi Pustaka (Kualitatif)	Inovasi operasional (POS, cloud inventory, CRM) meningkatkan efisiensi dan layanan. Hambatan: literasi digital rendah, infrastruktur terbatas, minim pelatihan.
Subardjo & Rahmawati (2022)	Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0	Kualitatif (FGD dan Observasi), UMKM Surabaya	Solusi atas kelemahan manajerial dan teknis: inovasi model bisnis berbasis kolaborasi (inkubator koperasi) untuk branding dan pemasaran online.
Alviani & Munawaroh (2025)	Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar	Studi Literatur Review	Transformasi digital meningkatkan daya saing dan efisiensi. Hambatan: literasi digital, keterbatasan tenaga kerja terampil, modal, dan dukungan manajerial.
Sholihin (2024)	Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital	SLR (PRISMA), 16 Artikel	Transformasi digital meningkatkan daya saing, dengan penekanan pada peran komunitas sosial dan kolaborasi pemerintah serta lembaga pendidikan.
Uzzahra & Munawaroh (2025)	Menuju Daya Saing UMKM dengan Kepemimpinan Digital	Kuantitatif (Survei), KWT Ratu Lestari	Kepemimpinan digital berpengaruh signifikan terhadap daya saing ($r = 0{,}460$; $p < 0{,}05$), mendorong efisiensi dan inovasi.
Junita & Damanik (2025)	Pengaruh Kepemimpinan Digital Terhadap Kinerja UMKM: Peran Mediasi Kapabilitas Inovasi Digital	Kuantitatif (PLS-SEM), 120 UMKM Kuliner	Kepemimpinan digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hubungan dimediasi parsial (22,89%) oleh kapabilitas inovasi digital.
Purnamasari et al. (2023)	Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Produk dan Branding pada UMKM Risol dan Gado-Gado	Kualitatif (Observasi dan Wawancara)	Inovasi produk (rasa dan kemasan) serta branding melalui media sosial meningkatkan daya saing. Hambatan: dana dan akses pasar terbatas.
Monalisa et al. (2025)	Pengembangan Kapasitas Manajerial UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Inovasi Teknologi	Studi Literatur (Analisis Data Sekunder)	Kapasitas manajerial yang lemah menjadi hambatan utama. Solusi: inovasi teknologi digital pada aspek pemasaran, keuangan, dan operasional.
Rahmadi & Indrawijaya	Pengaruh Inovasi terhadap Daya Saing	Kuantitatif (SmartPLS),	Inovasi tidak berpengaruh langsung terhadap daya

(2024)	Usaha Mikro dengan Kompetensi Pegawai Usaha Mikro sebagai Mediasi	100 UMKM Jambi	saing, tetapi berpengaruh signifikan melalui kompetensi pegawai sebagai variabel mediasi.
Widowati et al. (2024)	Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing Produk UMKM melalui Transformasi Digital	Kualitatif (Laporan Pengabdian)	Masalah utama UMKM: proses manual dan pemasaran terbatas. Solusi: implementasi digital branding dan e-commerce. Hambatan: pengetahuan digital terbatas.

Selain jurnal, beberapa buku ilmiah yang relevan turut memperkuat analisis tematik. Misalnya, Rapanna (2023, 2024) dan Arfandi et al. (2024) menekankan pentingnya ekosistem digital nasional bagi keberlanjutan UMKM, sedangkan Fitria et al. (2023) menyoroti pentingnya strategi inovasi berbasis kolaborasi sebagai fondasi keberhasilan adaptasi digital.

Hasil sintesis memperlihatkan pola yang konsisten sekaligus kompleks. Meskipun sebagian besar studi mendukung hubungan positif antara transformasi digital, inovasi, dan daya saing, hubungan tersebut tidak bersifat langsung, melainkan bergantung pada faktor perantara (*mediating factors*) dan penguat (*moderating factors*) tertentu.

1. Integrasi Transformasi Digital dan Inovasi sebagai Motor Daya Saing

Sebagian besar penelitian menegaskan bahwa transformasi digital berfungsi sebagai pendorong utama bagi inovasi organisasi. Melalui adopsi *e-commerce*, *digital marketing* dan *fintech*, UMKM mampu menciptakan efisiensi biaya, meningkatkan interaksi pelanggan, serta memperluas pangsa pasar (Akbar & Amir, 2024; Putri, 2025). Namun, hasil penelitian Merta et al. (2024) memperlihatkan bahwa transformasi digital tidak secara otomatis meningkatkan daya saing apabila tidak disertai inovasi. Dengan demikian, digitalisasi harus dipandang sebagai *innovation process*, bukan sekadar adopsi teknologi (Romero & Mammadov, 2025).

2. Hambatan Internal: Literasi Digital dan Kapasitas SDM

Hampir seluruh literatur menempatkan faktor manusia sebagai sumber hambatan paling dominan. Rendahnya literasi digital (Purnomo et al., 2024), keterbatasan pengetahuan teknologi (Widowati et al., 2024), serta lemahnya kapasitas manajerial (Monalisa et al., 2025) menjadi penyebab utama gagalnya implementasi transformasi digital. Temuan Rahmadi & Indrawijaya (2024) bahkan menunjukkan bahwa inovasi baru berdampak signifikan jika dimediasi oleh kompetensi pegawai yang memadai. Ini menegaskan bahwa inovasi hanya akan menghasilkan daya saing bila dikelola oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan adaptif dan kreatif terhadap perubahan teknologi.

3. Kepemimpinan Digital sebagai Faktor Penguat

Temuan paling penting dalam sintesis ini adalah peran *digital leadership* sebagai faktor yang menghubungkan antara transformasi digital dan inovasi. Kepemimpinan digital tidak hanya berfungsi sebagai pengarah strategi teknologi, tetapi juga sebagai katalis yang membentuk budaya inovatif di dalam organisasi (Sholihin et al., 2025; 'Uzzahra & Munawaroh, 2025). Junita & Damanik (2025) memperkuat pandangan ini dengan bukti empiris bahwa kepemimpinan digital memengaruhi kinerja UMKM melalui kapabilitas inovasi digital yang dimediasi sebagian. Artinya, pemimpin yang mampu memotivasi dan mengarahkan tim untuk berinovasi berbasis teknologi akan menciptakan organisasi yang lebih adaptif dan kompetitif.

4. Implikasi Konseptual: Model Integratif TD–Inovasi–Kepemimpinan Digital

Berdasarkan hasil sintesis, hubungan konseptual antara tiga variabel utama dapat dijelaskan melalui model integratif: *Digital Transformation* (*input*), *Innovation* (*process*), *Competitiveness* (*output*), dengan *Digital Leadership* sebagai faktor penguat (moderator dan mediator). Pola ini menunjukkan bahwa teknologi hanyalah alat, sedangkan daya saing merupakan hasil dari proses inovasi yang efektif dan dipimpin secara strategis.

Temuan ini sejalan dengan konsep *dynamic capabilities* dalam teori RBV, yang menekankan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya bergantung pada kepemilikan sumber daya, tetapi pada kemampuan organisasi untuk mengonfigurasi dan mengadaptasi sumber daya tersebut terhadap

perubahan lingkungan digital (Teece, 2018; diadaptasi dalam Rapanna, 2024).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan sintesis dari dua puluh artikel dan lima buku ilmiah yang dikaji secara sistematis, dapat disimpulkan bahwa digital transformation dan innovation memiliki peran strategis yang saling melengkapi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Transformasi digital terbukti menjadi fondasi utama yang memungkinkan terciptanya efisiensi, percepatan proses bisnis, dan perluasan akses pasar. Namun, dampak positif tersebut baru dapat terealisasi apabila proses transformasi diiringi dengan inovasi yang berkelanjutan serta didukung oleh kepemimpinan digital yang visioner.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara adopsi teknologi dan peningkatan daya saing tidak bersifat langsung, melainkan dimediasi oleh dua faktor utama: inovasi dan kompetensi sumber daya manusia. Innovation berperan sebagai jembatan yang mengubah pemanfaatan teknologi menjadi nilai tambah nyata bagi organisasi, sementara kompetensi SDM menentukan sejauh mana inovasi dapat diimplementasikan secara efektif (Rahmadi & Indrawijaya, 2024). Dengan kata lain, teknologi hanya menjadi katalis ketika dikelola oleh sumber daya yang cakap dan adaptif.

Lebih jauh lagi, digital leadership muncul sebagai elemen kunci dalam seluruh proses transformasi. Pemimpin dengan orientasi digital mampu mengarahkan organisasi untuk membangun budaya inovatif, mengelola risiko perubahan, serta mengintegrasikan strategi teknologi dengan tujuan bisnis. Peran kepemimpinan ini terbukti tidak hanya memperkuat hubungan antara transformasi digital dan inovasi (Sholihin et al., 2025), tetapi juga menjadi faktor pembeda antara UMKM yang berhasil melakukan digitalisasi strategis dan yang hanya sebatas mengadopsi teknologi tanpa arah yang jelas.

Secara konseptual, hasil penelitian ini mengusulkan model integratif yang menempatkan digital transformation sebagai input, innovation sebagai proses, dan competitiveness sebagai output, dengan digital leadership berperan sebagai faktor penguat sekaligus pengarah. Hubungan tersebut menegaskan bahwa keberhasilan UMKM di era digital bukan hanya persoalan penggunaan teknologi, tetapi kemampuan organisasi untuk mengelola inovasi secara sistematis dan berorientasi pada penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan.

Temuan ini memperkuat kerangka Resource-Based View (RBV), bahwa keunggulan kompetitif tidak ditentukan oleh kepemilikan sumber daya semata, tetapi oleh kemampuan dinamis organisasi (dynamic capabilities) dalam mengkonfigurasi dan memanfaatkan sumber daya internal terutama kompetensi digital dan inovatif secara efektif untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Teece, 2018; Rapanna, 2024). Dengan demikian, daya saing UMKM Indonesia hanya dapat ditingkatkan melalui sinergi antara teknologi, inovasi, dan kepemimpinan yang mampu mengarahkan transformasi secara strategis.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan keterbatasan penelitian, beberapa rekomendasi akademik dan praktis dapat dikemukakan sebagai berikut.

Pertama, bagi peneliti selanjutnya, perlu dilakukan eksplorasi empiris yang lebih mendalam terhadap mekanisme mediasi dan moderasi yang telah diidentifikasi dalam kajian ini. Hubungan antara digital transformation, innovation, dan competitiveness dapat diuji melalui pendekatan mixed methods agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, khususnya dalam konteks sektor-sektor UMKM yang berbeda (misalnya manufaktur, kuliner, dan jasa kreatif). Selain itu, analisis longitudinal juga dapat memberikan gambaran dinamis mengenai bagaimana inovasi dan kapabilitas digital berkembang seiring waktu.

Kedua, penelitian selanjutnya disarankan untuk menyoroti peran digital leadership secara lebih terukur. Kepemimpinan digital belum banyak dikaji dalam konteks UMKM di Indonesia, padahal variabel ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan inovasi. Penelitian lanjutan dapat memanfaatkan model konseptual yang menggabungkan aspek kompetensi manajerial, kemampuan adopsi teknologi, dan budaya organisasi agar dapat memetakan profil kepemimpinan yang paling efektif dalam mendorong transformasi digital di sektor UMKM.

Ketiga, dari sisi praktis, pemerintah dan lembaga pendukung UMKM perlu memperkuat

ekosistem digital dengan menyediakan program pendampingan berbasis literasi digital dan pelatihan inovasi. Sinergi antara lembaga pendidikan tinggi, pemerintah daerah, dan sektor swasta sangat diperlukan untuk membangun sistem pelatihan yang berorientasi pada peningkatan digital capabilities dan innovation capacity. Model pelatihan yang dikembangkan dapat mengacu pada pendekatan berbasis business incubation sebagaimana disarankan oleh Subardjo dan Rahmawati (2022), dengan penekanan pada kolaborasi antar pelaku usaha.

Keempat, dari perspektif organisasi, UMKM perlu menempatkan transformasi digital bukan sekadar sebagai proyek teknologi, melainkan sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang. Adopsi teknologi digital harus diiringi dengan perencanaan inovasi yang sistematis, pengembangan kompetensi SDM, dan pembentukan budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan. Pemimpin UMKM perlu menjadi penggerak utama dalam membangun mindset digital yang kolaboratif, kreatif, dan berorientasi pada nilai.

Akhirnya, untuk memperkuat posisi akademik dan praktis penelitian ini, diperlukan perluasan kajian terhadap model intervensi kebijakan seperti insentif fiskal, akses pembiayaan digital, dan kemitraan publik-swasta (public–private partnership). Evaluasi terhadap efektivitas kebijakan tersebut dapat menjadi arah baru dalam penelitian ekonomi digital dan manajemen inovasi UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, T., & Amir, H. (2024). The Role of Innovation in Enhancing MSME Competitiveness in the Digital Era: A Case Study of MSMEs in Indonesia. Journal Business Administration and Entreneurship Innovation, 01(1).

Alviani, N. A., & Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. MASMAN: Master Manajemen, 3(1), 134-140. https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717

Arfandi SN, A., B, A. A., Ilham, M., H. R. S, S. J., Syamsuri, A. S. S., N, A. R. S., Irwandi, A., & Rapanna, P. (2024). Ekonomi Digital dan Sektor UMKM. (A. S. M. Pd, Ed.). Trawaca: Penerbit Kbm Indonesia.

Fitria, T. N., Haryanti, S., Febrianti, R. D., Sulistiyowati, L. N., Mubarok, A., Sulistia, A., Anggraini, S. D., Nurani, L., Saputra, I., & Puspita, A. (2023). Strategi Inovasi Pada UMKM. (A. Rahman, Ed.). Padang: Global Eksekutif Teknologi.

Junita, D., & Damanik, K. (2025). Pengaruh Kepemimpinan Digital Terhadap Kinerja UMKM: Peran Mediasi Kapabilitas Inovasi Digital. Jurnal Daya Saing XI(III), 614-622.

Krismajayanti, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Martini, I. A. O. (2024). Drivers, Barriers and Key Success of Digital Transformation on SMES: A Systematic Literature Review. JASF Journal of Accounting and Strategic Finance, 7(1), 158-180. https://doi.org/10.33005/jasf.v7i1.505

Maisaroh, Muslikhah, R. R. S., Muzakir, M. F. A., & Anindya, K. N. (2024). Praktik Transformasi Digital Bisnis UMKM: Studi Kasus UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah Sleman (IPAS). Journal of Society Bridge, 2(1), 52-57. https://doi.org/10.59012/jsb.v2i1.37

Mangifera, L., Wajdi, F., Amalia, F., & Khasah, A. U. (2022). The Role of Digital Innovation in SMEs: A Financial Performance Perspective. Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta, 17(02), 157-170.

Merta, I. K., Usadha, I. D. N., & Sudiartini, N. W. (2024). The Importance of Micro, Small, and Medium Enterprises Competitiveness through Digital Transformation. JASF Journal of Accounting and Strategic Finance, 7(1), 18-38. https://doi.org/10.33005/jasf.v7i1.467

Monalisa, I., Sidabutar, R. T. Y., Ardana, T. N., & Situmorang, F. D. (2025). Pengembangan Kapasitas Manajerial UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Inovasi Teknologi. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN), 4(1), 102-110. https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3160

Purnamasari, D., Aisyah, I., Anggraeni, R. D. A., Kurnianingsih, W. S. A. D., & Ningsih, R. (2023). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Produk dan Branding Pada UMKM Risol dan Gado-gado. JURNAL USAHA Pendidikan, 4(2), 81-90.

Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. Journal of Management and Digital Business, 4(2), 301-312. https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121

Putri, F. A. T. (2025). Digital Marketing Transformation for Small and Medium Enterprises: Innovations that Answer Global Market Challenges. Journal of Digital Marketing and Economic Analysis, 1(1), 6-11. Retrieved from http://dmecjournal.com
Rahmadi, A. R., & Indrawijaya, S. (2024). Pengaruh Inovasi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Dengan Kompetensi Pegawai Usaha Mikro Sebagai Mediasi. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu), 13(01), 166-178.
Rapanna, P. (Ed.). (2023). Digital Marketing Strategi Keberlanjutan UMKM di Era Digital. Trawaca: Penerbit Kbm Indonesia.
Rapanna, P. (Ed.). (2024). Manajemen UMKM: Teori dan Implementasi. Trawaca: Penerbit Kbm Indonesia.
Romero, I., & Mammadov, H. (2025). Digital Transformation of Small and Medium-Sized Enterprises as an Innovation Process: A Holistic Study of its Determinants. Journal of the Knowledge Economy, 16, 8496-8523. https://doi.org/10.1007/s13132-024-02217-z
Sholihin, A., Astiti, S., Suciningtyas, S., Andini, R., Seputro, A., & Kurniawati, R. (2025). Digital Leadership as a Bridge Between Digital Transformation and Innovation Performance of Generation Z in SMES. Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen), 8(1), 480-494.
Sholihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 3(2), 100-114. https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512
Sitti Jamilah, H., Syamsuri, R. S., Syamsuri, A. S. S., N, A. R. S., Irwandi, A., & Rapanna, P. (Ed.). (2024). Manajemen UMKM. Trawaca: Penerbit Kbm Indonesia.
Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN), 2(1), 17-24. https://doi.org/10.54082/jupin.36
Sutrisman, D. Y., & Susyanti, J. (2025). Model Innovation dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi, 2(3), 151-159. https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4420
Tarigan, C. A. B., Sembiring, H. B., Yulinda, R., Bako, S. M., & Arsyadona. (2025). Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak, 2(2), 187-195. https://doi.org/10.61132/jbep.v2i2.1115
'Uzzahra, D. F., & Munawaroh. (2025). Menuju Daya Saing UMKM dengan Kepemimpinan Digital. MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis, 3(1), 21-28. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v3i1.1173
Widowati, Ekowati, T., & Adhy, S. (2024). Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing Produk UMKM melalui Transformasi Digital. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia (JPPMI), 3(1), 58-67. https://doi.org/10.55606/jppmi.v3i1.1101