



JUIM, Vol 7 No 1 Januari 2026 1-13

e-ISSN: 2809-9419 ; p-ISSN : 2809-9400

Received 27 April 2026 / Revised 5 Mei 2026 / Accepted 14 Mei 2026

Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen

<https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/JUIM>

Menelisis Pentingnya Penerapan Manajemen Usaha Bagi UMKM Dalam Persaingan di Era Digital

Suharto^{1*}, Intan Damawati², Lulu Febriany³

^{1,2,3}*Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Persada, Jakarta, Indonesia*

Abstract. The development of digital technology has driven significant transformations in the management of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in marketing, operations, and finance. Although digitalization opens up significant opportunities for increased competitiveness, its implementation still faces various obstacles such as low digital literacy, limited resources, and infrastructure inequality. This study aims to analyze the importance of business management implementation in supporting the success of MSMEs in the digital era. The method used is a descriptive qualitative approach using a literature review technique from various current literature sources. The results of the study indicate that the success of digital transformation is determined not only by the ability to adopt technology but also by the ability to integrate technology into an effective business management system. Without good management, digitalization tends to have no significant impact on business performance. Therefore, strengthening managerial capacity is key to increasing the competitiveness and sustainability of MSMEs in the digital era.

Keywords: Business Management; MSMEs; Digital Era; Competitiveness; Technology

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital mendorong perubahan dalam cara pelaku usaha mengelola bisnis, mulai dari pemasaran, operasional, hingga pengelolaan keuangan. UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif dalam pasar global yang semakin terbuka dan dinamis. Digitalisasi tidak hanya menjadi pilihan, tetapi telah menjadi kebutuhan bagi keberlangsungan usaha di era modern ini (Sitompul dkk, 2025). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pemerintah bahkan menargetkan jutaan UMKM dapat terhubung ke ekosistem digital sebagai upaya meningkatkan daya saing nasional. Namun, meskipun peluang digitalisasi sangat besar, implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala yang kompleks, baik dari sisi internal maupun eksternal pelaku usaha (Septiani dkk, 2024).

Salah satu kondisi terkini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital pelaku UMKM masih relatif rendah. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki kemampuan memadai dalam memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, maupun sistem manajemen berbasis digital. Keterbatasan ini menyebabkan pemanfaatan teknologi belum optimal, sehingga peluang peningkatan produktivitas dan efisiensi belum sepenuhnya tercapai (Sitompul dkk, 2025). Selain itu, keterbatasan sumber daya finansial juga menjadi permasalahan utama dalam penerapan manajemen usaha berbasis digital. Banyak UMKM yang belum mampu mengalokasikan dana untuk investasi teknologi, seperti perangkat

lunak manajemen usaha, sistem pembayaran digital, maupun pelatihan sumber daya manusia. Kondisi ini menghambat proses transformasi digital yang seharusnya dapat meningkatkan kinerja usaha secara signifikan (Sitompul dkk, 2025).

Permasalahan lain yang dihadapi adalah ketimpangan infrastruktur digital di berbagai daerah. Akses internet yang belum merata serta kualitas jaringan yang tidak stabil menjadi hambatan bagi UMKM, khususnya yang berada di wilayah terpencil. Hal ini menyebabkan kesenjangan dalam adopsi teknologi digital antara UMKM di daerah perkotaan dan pedesaan (Sitompul dkk, 2025). Di sisi manajerial, masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen usaha secara sistematis. Pengelolaan usaha sering kali dilakukan secara sederhana tanpa perencanaan strategis, pencatatan keuangan yang baik, maupun evaluasi kinerja usaha. Akibatnya, UMKM sulit berkembang dan menghadapi risiko kegagalan yang lebih tinggi dalam persaingan pasar (Zhahirah dkk, 2023).

Dalam konteks pemasaran, pemanfaatan digital marketing juga belum dilakukan secara optimal oleh sebagian besar UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum mampu menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan teknologi informasi, seperti penggunaan media sosial, marketplace, dan analisis data pelanggan. Keterbatasan ini mengurangi peluang UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan (Juwita & Handayani, 2022).

Selain itu, perubahan perilaku konsumen di era digital juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM. Konsumen saat ini cenderung lebih memilih transaksi yang cepat, mudah, dan berbasis digital. Hal ini menuntut UMKM untuk mampu menyediakan layanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen, termasuk dalam hal sistem pembayaran digital dan pelayanan berbasis teknologi (Ardianto, 2025). Permasalahan regulasi dan dukungan kebijakan juga turut mempengaruhi penerapan manajemen usaha bagi UMKM. Meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai program pendampingan dan pelatihan, implementasinya masih belum merata. Selain itu, kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan sering kali menghambat efektivitas program pengembangan UMKM di era digital (Septiani dkk, 2024).

Berdasarkan berbagai kondisi dan permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen usaha bagi UMKM di era digital masih menghadapi banyak tantangan yang perlu diatasi secara komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam mengenai strategi penerapan manajemen usaha yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga UMKM dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya di era digital. Artikel ini merumuskan rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi yang tepat dalam menerapkan manajemen usaha bagi UMKM agar mampu bersaing di era digital? Artikel ini berargumen bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengadopsi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam sistem manajemen usaha yang efektif. Dengan kata lain, digitalisasi tanpa diiringi dengan manajemen usaha yang baik tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha.

2. Kajian Literatur

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam pengelolaan UMKM. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi strategi

utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Studi oleh Rasenda dkk (2025) menegaskan bahwa penerapan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi kompetitif UMKM di era ekonomi digital. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran, tetapi juga pada keseluruhan sistem manajemen usaha.

Selain itu, literatur lain menyoroti bahwa era digital membuka peluang besar bagi UMKM dalam memanfaatkan berbagai platform teknologi, seperti e-commerce, media sosial, dan cloud computing. Penelitian Morisson dan Fikri (2025) menunjukkan bahwa teknologi digital memungkinkan UMKM memahami perilaku konsumen melalui analisis data, sehingga dapat meningkatkan efektivitas strategi bisnis. Dengan demikian, peluang digitalisasi tidak hanya terletak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada pengambilan keputusan berbasis data.

Namun demikian, berbagai studi juga mengungkapkan bahwa transformasi digital UMKM tidak terlepas dari sejumlah tantangan. Hasil systematic literature review oleh Masitoh dkk (2025) menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, serta kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi menjadi hambatan utama dalam implementasi digitalisasi. Kondisi ini menyebabkan tidak semua UMKM mampu memanfaatkan peluang digital secara optimal.

Selanjutnya, penelitian lain menekankan bahwa kesiapan digital (digital readiness) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan transformasi UMKM. Fadli dan Laksamana (2025) menemukan bahwa sebagian besar UMKM masih berada pada tahap perkembangan awal dalam adopsi teknologi, sehingga membutuhkan strategi yang terarah untuk meningkatkan tingkat kematangan digital mereka. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan proses instan, melainkan memerlukan tahapan adaptasi yang berkelanjutan.

Di sisi lain, literatur juga menyoroti pentingnya peran literasi digital dalam mendukung transformasi UMKM. Rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pemanfaatan teknologi secara maksimal (Ivanti dkk, 2025). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan menjadi langkah strategis dalam mendorong digitalisasi UMKM.

Selain itu, studi Nurhaliza (2025) menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pengembangan UMKM dapat memberikan peluang besar dalam hal efisiensi, inovasi, dan keberlanjutan usaha. Meskipun demikian, tantangan seperti keterbatasan keterampilan digital dan rendahnya kesadaran akan pentingnya teknologi masih menjadi kendala yang perlu diatasi secara sistematis.

Penelitian Amilia dkk. (2024) juga mengungkapkan bahwa strategi digitalisasi UMKM harus disertai dengan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pemanfaatan teknologi digital dalam promosi, layanan, dan penjualan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Namun, tanpa strategi manajemen yang tepat, penggunaan teknologi cenderung tidak memberikan hasil yang optimal.

Dalam konteks yang lebih luas, Ainiyah dkk. (2025) menekankan bahwa digitalisasi UMKM merupakan bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi yang didukung oleh berbagai program pemerintah, seperti peningkatan visibilitas usaha melalui platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa ekosistem digital memiliki peran penting dalam mendukung

pertumbuhan UMKM, meskipun implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan struktural.

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek adopsi teknologi, peluang digitalisasi, serta kendala implementasi yang dihadapi UMKM. Namun, masih terdapat keterbatasan dalam mengkaji secara mendalam bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan ke dalam sistem manajemen usaha secara menyeluruh. Oleh karena itu, *research gap* (novelty) yang ditawarkan oleh artikel ini terletak pada penekanan bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengadopsi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam sistem manajemen usaha yang efektif. Argumentasi ini penting karena tanpa integrasi yang baik, penggunaan teknologi hanya bersifat parsial dan tidak mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM.

3. Kerangka Teori

Manajemen Usaha

Manajemen usaha merupakan konsep fundamental dalam pengelolaan organisasi bisnis, termasuk pada sektor UMKM. Secara konseptual, manajemen usaha dapat dipahami sebagai serangkaian proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien. Menurut Daft (2021), manajemen merupakan proses sistematis yang melibatkan koordinasi aktivitas organisasi agar tujuan dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya yang optimal. Dalam konteks UMKM, konsep ini menjadi dasar dalam mengelola keterbatasan sumber daya yang dimiliki.

Lebih lanjut, Robbins dan Coulter (2022) menjelaskan bahwa manajemen usaha tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan, tetapi juga pada bagaimana organisasi beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Hal ini relevan dengan kondisi UMKM di era digital, di mana perubahan teknologi berlangsung sangat cepat. Oleh karena itu, definisi konseptual manajemen usaha juga mencakup kemampuan adaptasi dan inovasi sebagai bagian dari proses pengelolaan usaha.

Dalam literatur terbaru, manajemen usaha juga dikaitkan dengan kemampuan integrasi teknologi dalam proses bisnis. Menurut Susanti dkk. (2023), manajemen usaha di era digital tidak dapat dipisahkan dari penggunaan teknologi informasi sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Hal ini menunjukkan bahwa konsep manajemen usaha telah berkembang dari pendekatan tradisional menjadi lebih berbasis teknologi dan data.

Dalam konteks UMKM, definisi konseptual manajemen usaha juga menekankan pada fleksibilitas dan efisiensi. UMKM yang menerapkan manajemen usaha secara baik cenderung memiliki kinerja yang lebih stabil dan mampu bertahan dalam kondisi krisis. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen usaha memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tahan usaha. Indikator manajemen usaha pada UMKM dapat dilihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menyusun perencanaan bisnis, melakukan pencatatan keuangan, serta memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa definisi operasional manajemen usaha harus mencakup aspek-aspek praktis yang dapat diamati dan diukur secara empiris.

Secara konseptual manajemen usaha mencakup proses pengelolaan sumber daya secara sistematis untuk mencapai tujuan usaha, sedangkan definisi operasionalnya

diwujudkan dalam indikator-indikator yang dapat diukur, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, serta pemanfaatan teknologi digital. Pemahaman yang komprehensif terhadap kedua definisi ini menjadi penting dalam menganalisis sejauh mana UMKM mampu menerapkan manajemen usaha secara efektif dalam menghadapi persaingan di era digital.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara konseptual merupakan bentuk kegiatan ekonomi produktif yang memiliki skala kecil hingga menengah dan dikelola secara mandiri oleh individu maupun badan usaha. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan dari usaha besar, dengan kriteria tertentu terkait aset dan omzet. Definisi ini menegaskan bahwa UMKM tidak hanya dilihat dari ukuran usaha, tetapi juga dari kemandirian dalam pengelolaannya.

Secara teoritis, UMKM juga dipahami sebagai bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan. Menurut berbagai kajian akademik, UMKM tidak hanya dilihat dari ukuran usahanya, tetapi juga dari kontribusinya terhadap stabilitas ekonomi dan ketahanan terhadap krisis (Al Farisi & Fasa, 2022). Dengan demikian, definisi konseptual UMKM mencakup aspek struktural (skala usaha) dan fungsional (peran ekonomi).

Dalam perspektif akademik, UMKM juga dipahami sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam pembangunan nasional. Budiarto dkk dalam buku Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis (2021) menjelaskan bahwa UMKM merupakan penggerak ekonomi kerakyatan yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan stabilitas ekonomi. Dengan demikian, definisi konseptual UMKM mencakup dua dimensi utama, yaitu dimensi struktural (skala usaha) dan dimensi fungsional (peran dalam perekonomian).

Selain itu, dalam literatur terbaru, UMKM juga dikaitkan dengan fleksibilitas dan ketahanan terhadap perubahan ekonomi. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM cenderung lebih adaptif dibandingkan usaha besar, terutama dalam menghadapi krisis ekonomi dan perubahan pasar (Khairunnisa dkk, 2022). Hal ini menjadikan UMKM sebagai sektor yang penting dalam mendukung transformasi ekonomi, termasuk dalam konteks digitalisasi dan inovasi bisnis di era modern.

Sementara itu, definisi operasional UMKM dalam penelitian merujuk pada indikator-indikator yang dapat diukur secara empiris. Berdasarkan kajian jurnal terbaru, UMKM dioperasionalkan melalui beberapa variabel seperti jumlah aset, omzet tahunan, dan

jumlah tenaga kerja sebagai dasar klasifikasi usaha (Kurniani & Nugraeni, 2024). Indikator ini digunakan untuk membedakan kategori usaha mikro, kecil, dan menengah secara objektif sesuai dengan standar yang berlaku.

Dalam konteks era digital, definisi operasional UMKM juga berkembang dengan memasukkan aspek kemampuan adaptasi teknologi sebagai indikator tambahan. UMKM tidak hanya diukur dari ukuran ekonominya, tetapi juga dari tingkat adopsi teknologi digital, penggunaan platform online, serta kemampuan inovasi dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, pendekatan operasional yang komprehensif menjadi penting untuk menggambarkan secara lebih akurat posisi dan daya saing UMKM dalam persaingan bisnis di era digital.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan manajemen usaha pada UMKM di era digital. Metode kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, persepsi, serta pengalaman pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara kontekstual. Menurut John W. Creswell (2021), penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Pendekatan ini relevan untuk menganalisis dinamika manajemen usaha dalam lingkungan bisnis yang terus berubah akibat perkembangan teknologi digital.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang berupaya menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi yang terjadi di lapangan. Menurut Sugiyono (2022), pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu fenomena tanpa bermaksud menguji hipotesis tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai praktik manajemen usaha UMKM serta tantangan yang dihadapi dalam era digital.

Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder. Data sekunder diperoleh dari literatur seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta dokumen resmi terkait UMKM dan digitalisasi. Menurut Lexy J. Moleong (2021), sumber data dalam penelitian kualitatif dapat berupa kata-kata dan tindakan, serta dokumen sebagai data pendukung. Penggunaan dua jenis data ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan kelengkapan informasi dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi studi pustaka. Studi pustaka adalah metode penelitian yang mengumpulkan data dengan menelaah literatur tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, prosiding, dan dokumen relevan lainnya (Wardah dkk, 2023). Ini bukan hanya membaca, melainkan teknik analisis mendalam terhadap teori dan hasil penelitian sebelumnya untuk menjawab masalah penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña (2020), yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyederhanakan dan mengelompokkan data sesuai dengan fokus penelitian, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, dan penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap berdasarkan temuan yang telah dianalisis. Teknik ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang sistematis dan mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

5. Results and Discussion

Penerapan manajemen usaha bagi UMKM dalam persaingan di era digital tidak dapat dilepaskan dari fenomena transformasi digital yang semakin masif. Era digital mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi berbagai teknologi seperti e-commerce, media sosial, dan sistem informasi berbasis cloud guna meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar. Namun demikian, keberhasilan transformasi ini tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi semata, melainkan juga oleh bagaimana teknologi tersebut dikelola dalam kerangka manajemen usaha yang sistematis dan terintegrasi (Amory dkk, 2024).

Perkembangan era digital juga membawa perubahan signifikan dalam pola persaingan usaha, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi membuka peluang pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, serta akses informasi yang lebih cepat. Namun demikian, keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan peluang tersebut tidak hanya bergantung pada kemampuan mengadopsi teknologi semata, melainkan juga pada bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan ke dalam sistem manajemen usaha yang efektif. Tanpa pengelolaan yang baik, pemanfaatan teknologi cenderung tidak optimal dalam meningkatkan kinerja usaha (Morisson & Fikri, 2025).

Lebih lanjut, digitalisasi tanpa didukung oleh sistem manajemen yang baik cenderung menghasilkan implementasi yang tidak optimal. Banyak UMKM yang telah menggunakan platform digital, tetapi masih mengalami kendala dalam pengelolaan operasional, pencatatan keuangan, serta pengambilan keputusan strategis. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi hanya berfungsi sebagai alat, sementara efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan manajerial pelaku usaha dalam mengintegrasikannya ke dalam proses bisnis (Ramadhani dkk, 2025).

Dalam konteks ini, manajemen usaha memiliki peran fundamental sebagai kerangka yang mengatur seluruh aktivitas bisnis, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian. Teknologi digital hanyalah alat bantu, sementara efektivitas penggunaannya sangat ditentukan oleh kualitas manajemen yang mendasarinya. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen yang tepat menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah lingkungan bisnis yang semakin kompetitif (Bela dkk, 2026).

Dalam konteks manajemen usaha, integrasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional apabila diiringi dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang baik. Misalnya, penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis digital akan memberikan manfaat signifikan apabila pelaku UMKM mampu mengelola data keuangan secara terstruktur dan konsisten. Tanpa manajemen yang baik, teknologi tersebut justru berpotensi tidak dimanfaatkan secara maksimal (Handika dkk, 2025).

Lebih lanjut, banyak UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital seperti media sosial, marketplace, maupun sistem pembayaran digital, namun belum mampu mengintegrasikannya dengan sistem manajemen internal. Kondisi ini menyebabkan penggunaan teknologi hanya bersifat parsial dan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan produktivitas maupun profitabilitas usaha. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tanpa manajemen yang terstruktur berpotensi menjadi tidak efektif (Handika dkk, 2025).

Integrasi antara teknologi dan manajemen usaha juga berkaitan erat dengan kemampuan perencanaan strategis. UMKM yang mampu menyelaraskan penggunaan teknologi dengan tujuan bisnis jangka panjang akan lebih adaptif dalam menghadapi perubahan pasar. Sebaliknya, tanpa perencanaan yang matang, adopsi teknologi sering kali hanya bersifat mengikuti tren tanpa memberikan nilai tambah yang nyata bagi usaha (Sitompul dkk, 2025).

Selain itu, kemampuan manajemen usaha juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Transformasi digital memang dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan visibilitas produk, tetapi tanpa strategi bisnis yang jelas, keunggulan tersebut tidak akan berkelanjutan. Oleh karena itu, integrasi antara strategi manajemen dan pemanfaatan teknologi menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Humaira, 2025).

Selain itu, aspek sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor penting dalam integrasi tersebut. Penguasaan teknologi harus diimbangi dengan kemampuan manajerial, seperti pengambilan keputusan, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Tanpa kompetensi ini, teknologi yang digunakan tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Bahkan, penelitian menunjukkan bahwa kesiapan SDM menjadi penentu utama keberhasilan adopsi teknologi pada UMKM (Arifin & Kohar, 2022). Kompetensi SDM dalam memahami dan mengoperasikan teknologi digital harus diimbangi dengan kemampuan manajerial seperti pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan perencanaan strategis. Sinergi antara kompetensi teknologi dan manajemen ini terbukti mampu meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di era digital (Haryadi dkk, 2025).

Dalam praktiknya, banyak UMKM menghadapi kendala dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem manajemen, seperti keterbatasan literasi digital, kurangnya pelatihan, serta minimnya akses terhadap pendampingan usaha. Hal ini menyebabkan terjadinya kesenjangan antara adopsi teknologi dan kemampuan pengelolaan usaha, sehingga potensi peningkatan kinerja tidak dapat tercapai secara optimal (Septiani dkk, 2024).

Di sisi lain, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem manajemen usaha, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya pemahaman terhadap pentingnya manajemen bisnis. Kondisi ini menyebabkan digitalisasi yang dilakukan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha, bahkan cenderung bersifat sporadis dan tidak berkelanjutan (Sitompul dkk, 2025).

Selanjutnya, kapabilitas teknologi informasi yang dimiliki UMKM perlu diimbangi dengan kapabilitas manajerial untuk menghasilkan kinerja bisnis yang optimal. Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi tersebut secara strategis dalam kegiatan operasional dan pengambilan keputusan (Komalasari dkk, 2025).

Integrasi teknologi dalam manajemen usaha juga memungkinkan UMKM untuk melakukan inovasi produk dan layanan secara lebih efektif. Dengan dukungan manajemen yang baik, teknologi dapat dimanfaatkan untuk menganalisis kebutuhan pasar, meningkatkan kualitas produk, serta menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Sebaliknya, tanpa manajemen yang terarah, inovasi yang dihasilkan cenderung tidak sesuai dengan kebutuhan pasar (Amory dkk, 2024).

Lebih jauh lagi, integrasi teknologi dalam manajemen usaha juga berkaitan dengan penerapan sistem informasi, seperti sistem informasi akuntansi dan manajemen data pelanggan. Tanpa sistem yang terintegrasi, data yang dihasilkan dari aktivitas digital tidak dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Padahal, pengolahan data yang baik dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi UMKM di era digital (Handika dkk, 2025).

Pentingnya integrasi ini juga terlihat dari perspektif kinerja usaha. Teknologi informasi terbukti dapat meningkatkan kinerja UMKM apabila digunakan secara optimal dan terintegrasi dengan proses bisnis. Sebaliknya, implementasi sistem yang tidak dipahami

dengan baik oleh pelaku usaha justru tidak memberikan dampak signifikan. Hal ini menegaskan bahwa manajemen yang efektif menjadi faktor penentu dalam memaksimalkan manfaat teknologi (Handika dkk, 2025).

Digitalisasi bukanlah tujuan akhir, melainkan sarana untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha. Keberhasilan UMKM terletak pada kemampuan mengelola teknologi tersebut dalam kerangka manajemen yang sistematis dan berkelanjutan. Integrasi ini mencakup aspek perencanaan, operasional, hingga evaluasi kinerja usaha secara menyeluruh.

Lebih jauh, penerapan manajemen usaha yang efektif dapat membantu UMKM dalam menghadapi dinamika persaingan di era digital yang semakin kompleks. Manajemen yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk merespons perubahan pasar secara cepat, mengelola risiko, serta memanfaatkan peluang yang muncul dari perkembangan teknologi digital. Hal ini menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang ketat (Fadli & Laksamana, 2025).

Keberhasilan UMKM dalam menghadapi era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengadopsi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam sistem manajemen usaha yang efektif. Digitalisasi tanpa manajemen usaha yang baik tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Oleh karena itu, penguatan kapasitas manajerial menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi secara optimal dan berkelanjutan.

6. Kesimpulan

Kesimpulannya, penerapan manajemen usaha yang efektif merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan UMKM di era digital. Meskipun transformasi digital memberikan berbagai peluang seperti perluasan pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan akses informasi, manfaat tersebut tidak akan optimal tanpa didukung oleh sistem manajemen yang terstruktur dan terintegrasi. Teknologi digital pada dasarnya hanya berfungsi sebagai alat, sehingga efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola, merencanakan, dan mengintegrasikannya ke dalam proses bisnis secara menyeluruh. Dengan demikian, digitalisasi yang tidak diiringi dengan manajemen usaha yang baik cenderung tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha.

Selain itu, integrasi antara teknologi dan manajemen usaha juga berkaitan erat dengan kualitas sumber daya manusia, perencanaan strategis, serta kemampuan pengambilan keputusan. Berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya pemahaman manajerial masih menjadi tantangan utama bagi UMKM dalam memaksimalkan potensi digitalisasi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas manajerial, peningkatan kompetensi SDM, serta pendampingan yang berkelanjutan menjadi langkah penting agar UMKM mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Pada akhirnya, keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi, tetapi oleh kemampuan mengintegrasikannya dalam manajemen usaha yang efektif dan berkelanjutan.

Referensi

- Ainiyah, Z., Khamidah, N., Fatimah, S., & Setianingrum, A. P. (2025). Pengembangan Digitalisasi UMKM di Era 5.0. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 2704–2709. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i4.10503>
- Al Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307>
- Amilia, S. N., Zahro, A. H., Sari, F. S. B., Maharanie, P., & Hidayat N., R. (2024). Pengembangan UMKM Dalam Strategi Digitalisasi dan Adaptasi Terhadap Perubahan Era Digital. (2024). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4). <https://doi.org/10.62281/v2i4.237>
- Amory, J. D. S., J, R., & Hayadin, M. R. (2025). Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Model Bisnis UMKM: Kajian Literatur tentang Inovasi dan Keberlanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2455-2462. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14519>
- Ardianto, H. (2025). Peluang dan Tantangan Implementasi Sistem Pembayaran Digital bagi Produktivitas UMKM di Era Ekonomi Digital. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 3(5), 290–302. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i5.2110>
- Arifin, A. & Kohar, K. (2022). Kesiapan UMKM Menghadapi Digitalisasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 13(1), 11-23. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1729>
- Bela, C. T., Kholik, K., Purba, M. A., Sitorus, Y. A., Karisma, L., Putri, D. A. & Hutabarat, M. G. (2026). Analisis Penerapan Manajemen dalam UMKM di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 578–585. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v5i1.6343>
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., & Astuti, P. (2021). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: UGM Press.
- Creswell, John W. (2021). *Research design: pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daft, R. (2021). *Management*. Boston: Cengage Learning.
- Fadli, M. F. & Laksamana, R. (2025). Strategi Transformasi Digital UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Ekonomi Berbasis Inovasi: Studi Pada UMKM Di Kalimantan Barat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 11(02), 382-394. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v12i02.4125>
- Handika, S. D., Aqham, A. A., & Huda, H. I. (2025). Optimalisasi Kinerja UMKM Di Era Digital Melalui Implementasi Sistem Informasi Akuntansi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(2), 312-322. <https://doi.org/10.51903/6h68cx42>
- Haryadi, W., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Integrasi Inovasi Produk, Digital Marketing, dan Kompetensi SDM sebagai Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Society 5.0. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(11), 3401–3410. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i11.4923>
- Humaira, N. A. (2025). Transformasi UMKM di Era Ekonomi Digital 2025: Strategi Inovatif Menuju Kemandirian dan Daya Saing Global. *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Strategis*, 1(1), 1-10.

- Ivanti, T., Indrayanti, K., Putri, M. R. S., Imelda, N. (2025). Analisis Faktor Keberhasilan UMKM dalam meningkatkan penjualan di Era Digital di wilayah Jakarta Timur. *Holistik Analisis Nexus*, 2(5), 1-10. <https://doi.org/10.62504/nexus1242>
- Juwita, D. & Handayani, A. (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>
- Khairunnisa, I., Harmadji, D. E., Ristiyana, R., Harto, B., Mekaniwati, A., Widjaja, W., Malau, N. A., Hayati, T. P. T. N., Faried, A. I., Purwanti, T., & Umar, M. A. (2022). *Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Komalasari, E., Nurmasari, N., Al Munaya, R., & Melati, R. G. (2025). Transformasi digital UMKM: Kapabilitas teknologi informasi komunikasi dan kapabilitas keuangan digital dalam meningkatkan kinerja bisnis pada usaha kuliner Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 380-393. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.33904>
- Kurniani, D. & Nugraeni, N. (2024). Pelatihan Penyusunan Buku Kas Sebagai Peningkatan Mutu UMKM dalam Bidang Keuangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 1(4), 202-209. <https://doi.org/10.61132/jieap.v1i4.665>
- Masitoh, G., Yadi, Y., Rohmah, M., Carolina, D., & Azmiyati, A. (2025). Tren dan Tantangan Transformasi Digital pada UMKM: Systematic Literatur Review. *Kompak Jurnal Ilmiah Komputerasi Akuntansi*, 18(2), 466-477. <https://doi.org/10.51903/kompak.v18i2.2872>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). London: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morisson, B. & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 18(1), 289-299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Nurhaliza, I. (2025). Systematic Literature Review: Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Teknologi Digital Untuk Keberhasilan Jangka Panjang. *Otonomi*, 25(2), 239-246. <https://doi.org/10.32503/otonomi.v25i2.7073>
- Ramadhani, F., Septiana, D., & Satria, A. (2025). Integrasi Teknologi Informasi Untuk Digitalisasi Bisnis dan Manajemen Produksi UMKM Silmarils. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 9(5), 5730-5742. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i5.34586>
- Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52-59. <https://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.936>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Management*. New York: Pearson Education.
- Saragih, M. & Susanti, E. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital Oleh Umkm Dalam Optimalisasi Pengelolaan Keuangan Usaha. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 1(5), 263-272.
- Septiani, A. D., Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P. & Sapriani, E. (2024). Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Era Digital di

Indonesia. *Indonesian Journal of Economics Management and Accounting*, 1(10), 1107–1118.

Sitompul, P. S., Sari, M. M., Gaol, C. M. B. L. & Harahap, L. M. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 9-18.
<https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Wardah, W., Syahruraji, A., & Rokmanah, S. (2023). Pentingnya Pola Komunikasi Dalam Pembelajaran Untuk Meningkatkan Motivasi Peserta Didik Sekolah Dasar. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4(1), 145-154.

Zhahirah, A., Wibowo, S. P., Ramadhani, A., Pratama, M. R. R., & Panorama, M. (2023). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30352–30356.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11904>

*Corresponding author's email: name@ai.ue.oa, Tel.: +00-00-000000; fax: +00-00-000000
doi: [10.14716/ijtech.v0i0.0000](https://doi.org/10.14716/ijtech.v0i0.0000)