

Received: 04 November 2025	Revised: 02 Desember 2025	Published: 17 Desember 2025
----------------------------	---------------------------	-----------------------------

STRATEGI DIGITALISASI UMKM DALAM APLIKASI GRAB: INOVASI SEKTOR PUBLIK UNTUK MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA

UMKM DIGITALIZATION STRATEGY ON THE GRAB APPLICATION: PUBLIC SECTOR INNOVATION TO DRIVE ECONOMIC GROWTH IN INDONESIA

Ernawati Daeng¹, Elisabeth D.M. Welin², Andreas Peni³,

^{1,3}Universitas Nusa Cendana; ²Universitas Katolik Widya Mandira; ^{1,3}Alamat: Jl. Adisucipto Penfui, Kota Kupang; ²Jl. Prof. Herman Johannes Penfui Timur

E-Mail: ernawati@staf.undana.ac.id¹

Abstract

This study aims to analyze the digitalization strategy of MSMEs through the Grab application as a public sector innovation in driving economic growth in Indonesia. The empirical problem underlying this research is the low adoption of digital technology by most MSMEs, particularly in utilizing online platforms such as Grab to expand market access and improve operational efficiency. The method used in this study is a qualitative descriptive method. The data collection technique is a library study (library research). The results of this study indicate that Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the Indonesian economy, making a significant contribution to Gross Domestic Product (GDP) and job creation. In facing the challenges of digitalization, MSMEs are faced with the need to transform to remain competitive. The GRAB application has become one of the main platforms that helps MSMEs enter the digital era through services such as GrabFood, GrabExpress, and GrabPay. This study examines the digitalization strategy of MSMEs through the GRAB application and the role of public sector innovation in accelerating this digital transformation. In addition, this study also explores the impact of digitalization on economic growth, increased productivity, job creation, and tax revenue. Through collaboration between the government and the private sector, it is hoped that the digitalization of MSMEs can encourage inclusive and sustainable economic growth.

Keywords: Digitalization, MSMEs, GRAB Application, Public Sector Innovation, Economic Growth

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digitalisasi UMKM melalui aplikasi Grab sebagai inovasi sektor publik dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Permasalahan empiris yang melatarbelakangi penelitian ini adalah rendahnya adopsi teknologi digital oleh sebagian besar UMKM, khususnya dalam pemanfaatan platform daring seperti Grab untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah studi pustaka (library research). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Dalam menghadapi tantangan digitalisasi, UMKM dihadapkan pada kebutuhan untuk bertransformasi guna tetap kompetitif. Aplikasi GRAB telah menjadi salah satu platform utama yang membantu UMKM memasuki era digital melalui layanan-layanan seperti GrabFood, GrabExpress, dan GrabPay. Penelitian ini mengkaji strategi digitalisasi UMKM melalui aplikasi GRAB dan peran inovasi sektor publik

dalam mempercepat transformasi digital tersebut. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi, peningkatan produktivitas, penciptaan lapangan kerja, serta penerimaan pajak. Melalui kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta, diharapkan digitalisasi UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Aplikasi GRAB, Inovasi Sektor Publik, Pertumbuhan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus mendapatkan perhatian signifikan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah. Hal ini disebabkan oleh peran strategis UMKM yang memberikan kontribusi substansial terhadap perekonomian nasional. UMKM mendominasi jumlah unit usaha, memiliki kapasitas penyerapan tenaga kerja yang tinggi, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, serta berdampak positif pada nilai ekspor. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2012, terdapat 56.534.592 unit UMKM, atau sekitar 99,9% dari total badan usaha di Indonesia. UMKM mempekerjakan lebih dari 107.657.509 orang, atau 97,16% dari total angkatan kerja, dengan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp 4.870 triliun atau 59,08%, dan kontribusi terhadap nilai ekspor sebesar Rp 167 triliun atau 14,06%. Data ini menegaskan betapa pentingnya peran UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, terutama mengingat jumlah populasi Indonesia yang besar. UMKM tidak

hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga sesuai dengan teori Joseph A. Schumpeter yang menyatakan bahwa kemajuan ekonomi suatu bangsa bergantung pada inovasi produk yang dapat didorong melalui kewirausahaan, (Amelia et al., 2017).

Di era Industri 4.0, transformasi digital menjadi tren yang berkembang pesat. Untuk mendukung perekonomian di tengah arus globalisasi yang dipicu oleh penyebaran informasi yang cepat, transformasi ini menjadi sangat penting, (Javaria et al., 2020). Pergeseran ke arah digital mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui akses yang lebih luas terhadap informasi, pengetahuan, dan data, (O C E D , 2 0 1 7). Salah satu perubahan besar di era ini adalah peralihan dari tenaga kerja manusia ke mesin dan otomatisasi, sebuah fenomena global yang semakin menonjol. Internet, sebagai penggerak utama transformasi digital, memainkan peran penting dalam keberlanjutan ekonomi digital, yang semakin

diwujudkan melalui model bisnis berbasis teknologi informasi dan internet. Platform seperti GRAB menjadi contoh nyata bagaimana teknologi berperan besar dalam ekonomi digital.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi besar terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja. Namun, tantangan utama yang dihadapi UMKM saat ini adalah rendahnya tingkat digitalisasi dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), hanya sekitar 30% UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital dalam operasional bisnis mereka.

Dalam konteks pemasaran digital, banyak UMKM masih bergantung cara konvensional, sehingga sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagai salah satu platform teknologi terkemuka di Asia Tenggara, GRAB telah membuka peluang bagi UMKM untuk bertransformasi secara digital. Melalui platform ini, UMKM dapat mengakses berbagai layanan seperti pengiriman makanan, logistik, dan pembayaran digital. Namun, keberhasilan digitalisasi UMKM tidak

lepas dari peran sektor publik. Pemerintah memiliki tanggung jawab penting dalam mendorong digitalisasi ini melalui kebijakan, peraturan, dan inisiatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi.

Penelitian ini berfokus pada UMKM pengguna platform Grab di beberapa kota besar di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Kupang) untuk menilai efektivitas digitalisasi sebagai strategi pemasaran. Landasan teori yang digunakan meliputi teori inovasi Schumpeter tentang peran teknologi dalam pertumbuhan ekonomi (Amelia et al., 2017), serta teori strategi pemasaran digital (Kotler & Keller) yang menekankan pentingnya pemanfaatan platform digital dalam memperluas jangkauan pasar (Majid & Faizah, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digitalisasi UMKM dalam aplikasi Grab serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi. Dengan mengkaji berbagai aspek seperti fitur aplikasi, kebijakan pemerintah, dan respons UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan yang lebih efektif dalam mendorong pertumbuhan

ekonomi berbasis digital. Untuk menghadapi dunia yang terglobalisasi dan terdigitalisasi, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk membahas pertumbuhan ekonomi UMKM, (Mukhoryanova et al., 2021).

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif dan berfokus pada strategi digitalisasi UMKM melalui aplikasi Grab dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan penekanan pada analisis deskriptif. Seperti yang dinyatakan oleh Sugiyono (2013:13), penelitian kualitatif sering disebut sebagai naturalistik karena dilakukan dalam lingkungan alamiah. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang mendalam dan bermakna, di mana makna tersebut merujuk pada data yang memiliki nilai lebih dari sekadar apa yang tampak di permukaan. Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah studi pustaka, sedangkan analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh diproses dan dianalisis secara sistematis, (Zuchri, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Digitalisasi dalam Transformasi UMKM

Digitalisasi merupakan topik menarik untuk diteliti karena dalam

beberapa dekade terakhir merubah perilaku masyarakat dalam berbagai aktivitas, misalnya bekerja, jual beli barang dan jasa, bisnis, dan melakukan komunikasi secara global, (Myovella et al., 2020). Digitalisasi memegang peranan penting dalam transformasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan perkembangan teknologi yang pesat, digitalisasi mampu menjadi katalis bagi UMKM untuk berkembang lebih cepat, lebih efisien, dan lebih kompetitif di pasar yang semakin global. UMKM mungkin terbatas hanya pada pasar lokal atau area tertentu. UMKM kini dapat memasarkan produk mereka ke seluruh Indonesia, bahkan dunia. Ini memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas basis pelanggan. Dengan digitalisasi, banyak aktivitas bisnis yang dapat dilakukan secara online tanpa harus membuka toko fisik, sehingga UMKM bisa menghemat biaya sewa tempat, listrik, dan biaya operasional lainnya. Selain itu, promosi produk juga bisa dilakukan secara online melalui media sosial atau kampanye digital dengan biaya yang lebih murah dibandingkan pemasaran konvensional.

Digitalisasi juga membuka akses yang lebih luas bagi UMKM terhadap layanan keuangan digital, termasuk

fintech (financial technology). Platform crowdfunding, peer-to-peer lending, dan aplikasi dompet digital mempermudah UMKM mendapatkan modal atau pembiayaan. Selain itu, rekam jejak digital dari transaksi bisnis UMKM di platform digital juga membantu mereka untuk mendapatkan kepercayaan dari investor atau lembaga keuangan.

Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Teknologi digital juga memberikan peluang bagi UMKM untuk mengakses data dan wawasan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Dengan platform digital seperti GRAB, UMKM dapat terhubung dengan pelanggan secara lebih mudah dan cepat, sehingga meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis. Meskipun digitalisasi membawa banyak manfaat, ada beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital, antara lain:

1. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital. Banyak pelaku UMKM yang belum familiar dengan teknologi digital dan membutuhkan pelatihan untuk bisa

menggunakannya secara efektif.

2. Keterbatasan infrastruktur. Tidak semua daerah di Indonesia memiliki akses internet yang baik, sehingga UMKM di daerah terpencil mungkin mengalami kesulitan untuk mengadopsi teknologi digital.
3. Masalah keamanan data. Semakin banyak transaksi yang dilakukan secara digital, semakin besar pula risiko terhadap keamanan data. UMKM perlu memahami pentingnya melindungi data mereka dan data pelanggan agar tidak disalahgunakan.

Digitalisasi adalah kunci untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di era yang semakin terhubung secara digital. Melalui digitalisasi, UMKM dapat meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, daya saing, dan layanan pelanggan, sekaligus membuka peluang baru dalam mendapatkan pendanaan dan menganalisis data. Meskipun tantangan ada, dengan dukungan yang tepat dari pemerintah, swasta, dan komunitas, UMKM dapat memanfaatkan transformasi digital ini untuk mendorong pertumbuhan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi melalui platform Grab

memberikan dampak positif bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan omset penjualan. Berdasarkan data sekunder dari Grab Indonesia (2024), UMKM yang aktif menggunakan GrabFood mengalami peningkatan rata-rata penjualan sebesar 35% dalam enam bulan pertama sejak bergabung. Selain itu, layanan GrabExpress membantu UMKM menghemat waktu dan biaya logistik hingga 20%.

Strategi pemasaran digital yang diterapkan Grab, seperti promosi berbasis aplikasi dan fitur loyalitas pelanggan, terbukti meningkatkan keterlibatan konsumen. Namun, Sebagian UMKM masih menghadapi kendala seperti keterbatasan literasi digital, keterbatasan akses internet di daerah terpencil, dan kurangnya pelatihan pemasaran digital.

Dari sisi kebijakan publik, kolaborasi antara Pemerintah dan Grab melalui program seperti *Gerakan Nasional 100% UMKM Go Digital* telah berkontribusi dalam mempercepat digitalisasi di sektor UMKM. Pemerintah perlu memperluas akses pelatihan literasi digital dan memperkuat regulasi yang mendukung transaksi digital agar lebih aman dan inklusif.

Aplikasi Grab sebagai Platform Digitalisasi UMKM

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Namun, banyak dari mereka yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan ekosistem digital. Di sinilah Grab hadir dengan berbagai layanan yang dirancang untuk membantu UMKM masuk ke ranah digital.

Para ekonom digital seperti Erik Brynjolfsson dan Andrew McAfee seringkali merujuk pada platform seperti Grab sebagai contoh dari ekonomi gig dan transformasi digital. Grab sebagai platform digital menciptakan pasar dua sisi yang menghubungkan penyedia layanan (driver, merchant) dengan konsumen. Platform ini memfasilitasi transaksi dan interaksi, namun juga memiliki kekuatan untuk mengatur pasar dan menetapkan aturan main. Platform ini memiliki peran sentral dalam membentuk perilaku konsumen dan penyedia layanan.

Grab menyediakan berbagai layanan yang memfasilitasi transformasi digital bagi UMKM. Berikut adalah beberapa layanan digital yang ditawarkan Grab:

- a. *GrabFood* adalah layanan pengantaran makanan yang membantu bisnis kuliner menjangkau pelanggan secara

online. Dengan mendaftarkan bisnis mereka di GrabFood, UMKM dalam industri makanan dapat menawarkan produk mereka kepada lebih banyak pelanggan tanpa batasan jarak.

- b. *GrabExpress* adalah layanan pengiriman barang yang memungkinkan UMKM mengirimkan produk mereka dengan cepat dan efisien. Ini sangat penting bagi UMKM yang bergerak di sektor e-commerce atau penjualan online.
- c. *GrabPay* adalah layanan dompet digital yang memudahkan UMKM untuk menerima pembayaran digital dari pelanggan. Layanan ini mendukung pembayaran tanpa tunai yang menjadi tren di era digital saat ini.

Beberapa contoh UMKM yang sukses berkat bergabung dengan platform Grab antara lain:

1. Warung makan lokal yang sebelumnya hanya mengandalkan pelanggan di sekitar lingkungan, kini dapat menjual produknya kepada pelanggan di berbagai wilayah melalui GrabFood.
2. UMKM pakaian yang mengandalkan pengiriman manual, kini dapat menggunakan

GrabExpress untuk meningkatkan kecepatan dan efisiensi pengiriman barang.

Grab telah memainkan peran penting dalam mendukung digitalisasi UMKM di Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Dengan berbagai layanan digital yang terintegrasi, Grab membantu UMKM tidak hanya untuk beralih ke ranah digital, tetapi juga untuk tumbuh dan berkembang dalam ekosistem yang kompetitif. Dukungan berupa teknologi, pelatihan, dan akses pasar membuat Grab menjadi salah satu platform terdepan dalam transformasi digital bagi UMKM.

Inovasi Sektor Publik dalam Mendorong Digitalisasi UMKM

Sektor publik, terutama pemerintah, memiliki peran kunci dalam mendorong digitalisasi UMKM melalui kebijakan yang mendukung dan regulasi yang memudahkan. Pemerintah perlu menetapkan kebijakan yang mendukung adopsi digital di kalangan UMKM. Ini bisa meliputi penyusunan peta jalan (roadmap) digitalisasi UMKM yang berfokus pada peningkatan akses teknologi, pengembangan ekosistem digital, serta penguatan kapasitas digital UMKM. Salah satu contoh

kebijakan yang sudah berjalan adalah "Gerakan 100% UMKM Go Digital" yang diluncurkan oleh pemerintah Indonesia.

Pemerintah dapat mengembangkan platform digital yang khusus dirancang untuk mendukung UMKM. Platform ini bisa menjadi tempat bagi UMKM untuk mendapatkan informasi, layanan, serta akses pasar. Salah satu contoh yang relevan adalah aplikasi "Lamikro" yang diluncurkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM di Indonesia untuk membantu UMKM mengelola keuangan secara digital. Pemerintah bisa mendorong UMKM untuk masuk ke pasar digital melalui program e-commerce. Dengan mendukung UMKM masuk ke platform marketplace, mereka dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di tingkat nasional maupun internasional. Pemerintah juga dapat memberikan bantuan berupa akses ke teknologi pemasaran digital, seperti SEO, iklan digital, dan penggunaan media sosial untuk promosi. Selain itu, salah satu langkah penting yang dapat diambil oleh sektor publik adalah menyediakan program pelatihan dan edukasi untuk meningkatkan literasi digital di kalangan UMKM. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, UMKM perlu dibekali keterampilan yang relevan agar mampu

bersaing di pasar digital. Program ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti:

1. Keterampilan Teknologi Dasar: Memberikan pelatihan tentang penggunaan perangkat teknologi dan aplikasi yang membantu UMKM dalam mengoperasikan bisnis mereka secara lebih efisien.
2. Penggunaan Platform Digital: Program dapat difokuskan pada penggunaan platform-platform digital seperti GRAB, yang memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan teknologi.
3. Pengelolaan Data dan Pemasaran Digital: Pelatihan tentang bagaimana UMKM dapat mengelola data bisnis mereka secara efektif serta memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Dengan adanya program ini, UMKM dapat meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar yang semakin digital, memperluas jaringan bisnis, serta meningkatkan daya saing mereka di tingkat lokal maupun global.

Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta seperti GRAB sangat penting untuk mempercepat digitalisasi

UMKM. Pemerintah dapat bermitra dengan perusahaan teknologi untuk meluncurkan inisiatif yang bertujuan meningkatkan akses UMKM ke platform digital. Kolaborasi ini juga dapat mencakup penyediaan subsidi atau dukungan keuangan bagi UMKM yang berpartisipasi dalam ekosistem digital.

Dampak Digitalisasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi dapat didefinisikan sebagai proses jangka panjang yang ditandai oleh peningkatan output per kapita. Ini bukan sekadar gambaran statis tentang kondisi ekonomi pada satu waktu, melainkan sebuah proses berkelanjutan yang mencerminkan dinamika ekonomi yang terus berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Simon Kuznets mendefinisikan pertumbuhan ekonomi sebagai peningkatan kapasitas suatu negara secara berkelanjutan dalam menyediakan berbagai barang ekonomi bagi penduduknya. Kapasitas ini meningkat seiring dengan kemajuan teknologi serta penyesuaian kelembagaan dan ideologis yang diperlukan. Di antara faktor-faktor tersebut, inovasi teknologi dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, karena mendorong perubahan

metode produksi melalui inovasi atau teknik penelitian baru, (Nabila et al., 2022).

Dalam perkembangan perekonomian Indonesia, digitalisasi menjadi pendorong utama di era digital ini. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, proses bisnis dan industri di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan dalam proses berproduksi, berinteraksi dengan pasar global, dan berinovasi. Digitalisasi memberikan dampak positif untuk membuka ruang atau peluang bagi pelaku ekonomi di Indonesia, baik perusahaan makro maupun perusahaan kecil dan menengah dalam meningkatkan efisiensi, akses pasar dan daya saing.

Kemajuan teknologi dan digitalisasi yang pesat telah melahirkan ekonomi digital, yang ditandai dengan pertumbuhan bisnis dan transaksi perdagangan yang signifikan berkat teknologi. Pada tahun 2022, nilai ekonomi Indonesia mencapai Rp 714,4 triliun, mencerminkan peningkatan sebesar 27,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didorong terutama oleh peningkatan penetrasi internet, meluasnya penggunaan perangkat digital, serta inovasi yang terjadi di berbagai sektor ekonomi,

(Gultom et al., 2024).

Digitalisasi meningkatkan produktivitas UMKM dengan mempercepat proses bisnis dan mengurangi biaya operasional. Akses ke pasar digital memungkinkan UMKM untuk bersaing tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar internasional. Dengan menggunakan aplikasi GRAB, UMKM dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan skala bisnis mereka, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Grab telah merevolusi cara kita berpindah dari satu tempat ke tempat lain, memesan makanan, dan mengakses berbagai layanan lainnya. Dengan sistem pemesanan yang terintegrasi dan real-time, waktu tunggu menjadi lebih singkat, dan proses menjadi lebih efisien. Ini meningkatkan produktivitas baik bagi konsumen maupun mitra pengemudi. Bagi UMKM, GrabFood dan GrabMart memberikan akses ke pasar yang jauh lebih luas. Mereka dapat menjangkau pelanggan baru tanpa perlu memiliki toko fisik yang besar. Ini meningkatkan daya saing mereka dan mendorong pertumbuhan bisnis.

Munculnya Grab juga telah menciptakan lapangan kerja baru, terutama bagi para pengemudi. Selain itu, dibutuhkan tenaga kerja untuk

mengelola platform, melakukan pemeliharaan kendaraan, dan memberikan layanan pelanggan. Grab telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi gig, di mana individu dapat bekerja secara fleksibel dan mandiri. Ini memberikan fleksibilitas bagi banyak orang, terutama mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau ingin menambah penghasilan. Untuk bekerja di platform seperti Grab, dibutuhkan keterampilan digital dasar seperti menggunakan aplikasi dan smartphone. Ini mendorong peningkatan literasi digital masyarakat.

Selain itu, peningkatan penerimaan pajak juga merupakan dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi. Banyak mitra pengemudi Grab sebelumnya bekerja di sektor informal. Dengan bergabung dengan platform ini, mereka menjadi lebih terorganisir dan wajib membayar pajak dan mampu meningkatkan penerimaan pajak negara. Selain itu, semua transaksi di platform Grab tercatat secara digital. Ini memudahkan pemerintah dalam melacak aktivitas ekonomi dan menghitung pajak yang harus dibayarkan dan semakin besar kontribusi ekonomi digital seperti Grab, semakin besar pula potensi penerimaan pajak negara. Kerja sama antara Grab dan pemerintah Indonesia dalam digitalisasi pasar tradisional turut

menyumbang kepada peningkatan penerimaan pajak, karena pemerintah dapat memantau dan mengumpulkan pajak dari transaksi digital yang lebih terstruktur, (Abdillah, 2024).

Tantangan dalam Digitalisasi UMKM melalui Aplikasi GRAB

Digitalisasi UMKM merupakan langkah penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital. Aplikasi GRAB, sebagai salah satu platform digital terkemuka di Indonesia, menawarkan pelbagai layanan yang dapat membantu UMKM dalam memasarkan produk dan layanan mereka. Namun, cabaran yang dihadapi dalam proses ini cukup signifikan.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pengelolaan sumber daya manusia. Untuk mencapai kesuksesan bisnis, sangat penting untuk memberikan pelatihan dan pembinaan bagi pengembangan SDM. Manajemen sumber daya manusia yang efektif menjadi kunci bagi UMKM untuk meraih keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat saat ini. Berbagai strategi diterapkan oleh UMKM untuk mempertahankan profitabilitas, termasuk mengadopsi inovasi seperti penjualan berbasis

digital. Melalui transformasi kewirausahaan digital, penerapan pemasaran digital, serta pengembangan kreativitas dan inovasi, UMKM dapat berhasil beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital. (Nengyanti et al., 2023).

Selain itu tantangan yang menjadi hal utama dalam digitalisasi UMKM adalah kesenjangan akses teknologi, terutama di daerah terpencil. Infrastruktur digital yang belum merata membuat beberapa UMKM sulit untuk terhubung dengan ekosistem digital. Oleh karena itu, pemerintah perlu mempercepat pengembangan infrastruktur digital yang dapat diakses oleh semua UMKM, (Abdullah et al., 2023). Banyak pelaku UMKM yang tidak mempunyai pemahaman yang cukup tentang teknologi digital dan cara mengoperasikan aplikasi seperti GRAB. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan dalam memanfaatkan platform secara maksimal, (Abdullah et al., 2023). Selain itu, peraturan pemerintah berkaitan digitalisasi dan e-dagang masih sering berubah, sehingga menimbulkan ketidakpastian bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usaha mereka secara dalam talian.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Digitalisasi UMKM

Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi solusi krusial untuk menghadapi tantangan di era disruptif saat ini. Berbagai faktor mendorong UMKM untuk melakukan transformasi digital, di antaranya adalah permintaan pelanggan, tingkat persaingan, inovasi produk dan layanan, penambahan nilai, serta penggunaan data yang efektif. Penelitian mengenai digitalisasi UMKM terus berkembang, mengeksplorasi berbagai faktor yang mempengaruhi, strategi implementasi, dan keterampilan yang diperlukan untuk berhasil dalam lanskap digital. Masing-masing faktor ini berperan penting dalam membentuk proses bisnis di dalam UMKM.

Studi sebelumnya telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM. Penelitian oleh Cueto et al. (2022), Abdi et al. (2022), Shetty et al. (2022), dan Bruce et al. (2023) menyoroti pentingnya motivasi intrinsik, pengetahuan TIK, serta penerapan praktis pemasaran digital sebagai pendorong adopsi digital. Selain itu, Agarwal & Ojha (2022) menemukan bahwa dukungan dari manajemen puncak, biaya reorientasi budaya, dan digitalisasi sistem merupakan faktor utama yang menentukan digitalisasi

UMKM. Variasi temuan di antara penelitian tersebut sebagian besar disebabkan oleh perbedaan lokasi penelitian dan karakteristik unik UMKM di setiap konteks.

Beberapa penelitian juga telah mengeksplorasi faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan digitalisasi UMKM. Faktor-faktor ini meliputi keterampilan TI, manajemen sumber daya manusia, kemampuan untuk bertransaksi secara online, akses terhadap teknologi berkualitas, keselarasan teknologi dengan tujuan organisasi, serta faktor lingkungan, sikap perilaku, kontrol yang dirasakan, dan niat dalam penggunaan pemasaran digital. Selain itu, aspek-aspek seperti kenyamanan dalam pembayaran, profitabilitas, jenis kelamin, program pelatihan, ukuran bisnis, pelatihan yang didanai pemerintah, pengalaman di industri, dukungan dari manajemen puncak, kompatibilitas sumber daya, biaya transisi, dan kemampuan TI juga memainkan peran penting. Faktor relevan lainnya termasuk otomatisasi proses, pengetahuan tentang Industri 4.0, konektivitas TI, teknologi yang ramah pengguna, serta kesiapan digitalisasi di sektor UMKM, seperti kuliner. Agar UMKM dapat berkembang dalam era digital, perhatian terhadap faktor-faktor tersebut sangatlah penting. Tindakan utama yang perlu

dilakukan meliputi peningkatan keterampilan digital, pengamanan dukungan manajemen puncak, penyesuaian budaya organisasi, pemahaman terhadap teknologi yang relevan, dan kesiapan untuk menghadapi perubahan. Dengan mengatasi faktor-faktor ini dan menerapkan strategi yang tepat, UMKM dapat berhasil menavigasi proses digitalisasi dan tetap kompetitif di dunia yang semakin terdigitalisasi, (Evangeulista et al., 2023).

SIMPULAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, PDB, dan nilai ekspor. Transformasi digital, khususnya di era Industri 4.0, menjadi peluang strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, efisiensi, dan akses ke pasar yang lebih luas. Aplikasi teknologi seperti Grab memainkan peran penting dalam mendukung digitalisasi UMKM melalui berbagai layanan yang memfasilitasi operasional dan pemasaran digital.

Meskipun digitalisasi membawa banyak manfaat, tantangan signifikan masih dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur, pengetahuan digital, dan keamanan data. Peran pemerintah

sangat penting dalam mengatasi hambatan tersebut melalui kebijakan yang mendukung, pelatihan, dan kolaborasi dengan sektor swasta. Dampak positif dari digitalisasi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi termasuk peningkatan produktivitas, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan penerimaan pajak.

Digitalisasi yang efektif, didukung oleh kolaborasi antara sektor publik dan swasta, akan membantu UMKM memanfaatkan teknologi untuk tumbuh dan bersaing secara berkelanjutan di pasar digital yang semakin global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35.
- Abdullah, Irwan, Firdaus, A., & Marsuni, N. S. (2023). Entrepreneurial Success Examined through Social Capital and Entrepreneurial Competence among MSME Operators in the PTB Tourist Attraction in Maros City. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(3), 219–232.
- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM:

- Aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Dan Informatika 2017*.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33–42.
- Gultom, D., Hutabarat, G. S. P., Dirgantara, M., Pratama, R., & Hidayah, A. (2024). The Positive Impact of Digitalization On The Indonesia Economy. *Jurnal Konstanta*, 3(1).
- Javaria, K., Masood, O., & Garcia, F. (2020). Strategi Mengurus Risiko Yang Dihadapi Oleh Pengguna Dalam Membangun e-dagang. *Insights Into Regional Development*, 2(4), 774–783. [https://doi.org/https://doi.org/10.9770/ird.2020.2.4\(4\)](https://doi.org/https://doi.org/10.9770/ird.2020.2.4(4))
- Majid, A., & Faizah, E. N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 52–63.
- Mukhoryanova, O., Kuleshova, L., Rusakova, N., & Mirgorodskaya, O. (2021). Sustainability Of Micro-Enterprises In The Digital Economy. *E3S Web of Conferences*, 250(06008), 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125006008>
- Myovella, G., Karacuka, M., & Haucap, J. (2020). Digitalization and economic growth: A comparative analysis of Sub-Saharan Africa and OECD economies. *Telecommunications Policy*, 44(2), 101856.
- Nabila, H. N., Chaidir, T., & Suprapti, I. A. P. (2022). Analisis pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2017-2021. *Jurnal Konstanta*, 1(2).
- Nengyanti, N., Putri, A. U., Nasyaya, A., Musdalifah, F. S., & Santoso, A. D. (2023). Kreativitas, Inovasi dan Transformasi Digital: Pengabdian Masyarakat kepada Pelaku UMKM. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 129–137.
- OCED. (2017). Melangkah Digital: Menjadikan Transformasi Berfungsi untuk Pertumbuhan dan Kesejahteraan. *Penerbitan OECD*. <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-4EN.pdf>
- Zuchri, A. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.