

## Strategi Inovasi dan Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Industri 4.0

Zikry Indra Fadillah<sup>1</sup>

Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: [saba.ziki1@email.com](mailto:saba.ziki1@email.com)

### Article Info

#### Article history:

Received 03-06-2025

Revised 26-06-2025

Accepted 07-07-2025

#### Keyword:

Ekonomi, Strategi,  
UMKM, Digital, inovasi  
digital

### ABSTRACT

Artikel ini membahas pentingnya literasi keuangan, adopsi teknologi, serta strategi inovasi digital dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital yang semakin kompleks. Literasi keuangan yang baik memungkinkan UMKM untuk mengelola aliran kas, investasi, dan risiko dengan lebih efisien, sementara teknologi finansial (Fintech) memberikan solusi dalam pengelolaan keuangan dan operasional bisnis. Selain itu, adopsi pemasaran digital melalui e-commerce dan penggunaan teknologi analitik berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya manajemen strategis dan inovasi berkelanjutan untuk keberhasilan jangka panjang UMKM dalam menghadapi persaingan yang ketat. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, artikel ini menunjukkan bagaimana UMKM dapat memanfaatkan inovasi digital dan teknologi untuk bertahan dan berkembang di pasar yang terus berubah. Keberhasilan UMKM bergantung pada kemampuan untuk mengadaptasi strategi inovasi dan teknologi digital yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan tantangan yang ada.



©2023 Authors. Published by Sabajaya Publisher. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## INTRODUCTION

Dalam era globalisasi, perkembangan industri ditandai oleh perubahan yang terjadi dengan cepat dan berkelanjutan di berbagai sektor. Kondisi ini mencerminkan meningkatnya intensitas persaingan bisnis, di mana teknologi menjadi faktor utama dalam memenangkan persaingan. Saat ini, dunia industri menghadapi kompetisi yang sangat ketat, dengan setiap perusahaan berusaha meningkatkan daya saingnya agar dapat bertahan dan bersaing di pasar global. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani (dalam Soeratin, 2024), yang menegaskan bahwa teknologi informasi adalah elemen yang sangat penting dalam dunia usaha, khususnya dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan tersebut menjadikan strategi bisnis sebagai hal yang krusial bagi manajemen perusahaan. Kesalahan dalam memilih strategi dapat berisiko besar terhadap daya saing perusahaan, bahkan dapat mengancam kelangsungan hidupnya.

Inovasi dalam bisnis sangat penting untuk memperkuat daya saing dan mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Transformasi digital telah membawa dampak besar pada berbagai sektor, termasuk UMKM, serta menciptakan peluang dan model bisnis baru. Platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan mereka. Sebuah studi di Indonesia menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM menerima e-commerce dan menyadari peran penting e-commerce dalam pengembangan usaha mereka (Kurniawati et al., 2021; Triwijayati, 2013). Adopsi e-commerce oleh UMKM dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sumber daya manusia, keuangan, dan infrastruktur (Kurniawati et al., 2021).

Yanuar (2020) menyatakan bahwa inovasi bukan hanya suatu pilihan dalam strategi bisnis, melainkan kebutuhan mendasar bagi organisasi yang ingin bertahan dan tumbuh di pasar yang terus berubah. Karena itu, manajemen inovasi, yang melibatkan pengelolaan dan pengembangan inovasi dengan cara yang strategis, menjadi semakin penting bagi organisasi yang berfokus pada keberlanjutan. Secara global, inovasi telah menjadi komponen kunci dalam strategi perusahaan untuk mempertahankan dan memperkuat daya saing mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Nasution (2023), inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses, model bisnis, dan strategi manajemen yang fleksibel.

Perkembangan teknologi yang pesat telah membentuk lingkungan bisnis global yang terus berubah, mempengaruhi cara perusahaan menjalankan operasionalnya. Kehadiran era digital telah mengguncang model bisnis tradisional, menciptakan tantangan sekaligus membuka peluang baru bagi perusahaan dari berbagai skala (Martins, 2023; Putritamara et al., 2023). Dengan hal ini, perusahaan diharuskan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi, mengintegrasikan teknologi dalam operasional mereka, dan mengembangkan strategi yang lebih inovatif untuk tetap relevan dan kompetitif. Perusahaan yang mampu memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital akan memiliki keunggulan dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi mereka di pasar global yang semakin dinamis. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi, baik dalam pengembangan produk, model bisnis, maupun strategi manajemen, dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam menghadapi tantangan globalisasi dan transformasi digital.

## **RESEARCH METHODS**

Penulisan artikel ilmiah ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah dan mengkaji literatur yang relevan, terutama yang berkaitan dengan teori literasi digital. Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka diterapkan secara konsisten dengan mengikuti asumsi metodologis yang ada, yaitu dengan pendekatan induktif, sehingga tidak mengarahkan pada pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama memilih penelitian kualitatif adalah karena sifatnya yang eksploratif, sebagaimana dijelaskan oleh Agung & Yuesti (2019) dan Sugiyono (2013).

## **RESULTS AND DISCUSSION**

### **Pentingnya Literasi Keuangan dan Adopsi Teknologi dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM di Era Digital**

Dalam menghadapi era adaptasi yang semakin kompleks, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang literasi keuangan serta memanfaatkan teknologi finansial (Fintech) untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Literasi keuangan yang baik memungkinkan UMKM untuk mengelola aliran kas, investasi, dan risiko dengan lebih efisien, serta mengambil keputusan yang lebih tepat dalam pengelolaan finansial. Selain itu, dengan akses kepada platform Fintech, UMKM dapat memanfaatkan solusi pembayaran digital, pinjaman berbasis teknologi, serta alat perencanaan keuangan yang dapat membantu mereka mengoptimalkan operasional bisnis. Hal ini sangat penting mengingat banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka secara efektif, yang jika tidak ditangani dengan baik, dapat mengancam kelangsungan bisnis mereka.

Lebih jauh lagi, dalam konteks perkembangan bisnis, teknologi telah menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Calvin et al. (2023)

dan K et al. (2022) menyoroti bahwa penggunaan teknologi dalam bisnis bukan hanya untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga untuk membuka peluang pasar baru. Di dunia yang semakin terhubung secara digital, strategi pemasaran tradisional, yang mengandalkan metode seperti pemasaran melalui media cetak atau siaran, menjadi kurang relevan. Hal ini disebabkan oleh pergeseran besar dalam cara konsumen mencari produk atau layanan, yang kini lebih sering dilakukan secara online. Oleh karena itu, mengadopsi pemasaran digital menjadi suatu keharusan bagi perusahaan, termasuk UMKM, untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang sangat kompetitif ini. Strategi pemasaran digital mencakup penggunaan media sosial, pemasaran konten, dan iklan berbasis data, yang tidak hanya lebih efisien, tetapi juga memungkinkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode tradisional.

### **Strategi Inovasi dan Manajemen Strategis sebagai Kunci Keberhasilan UMKM dalam Persaingan Bisnis**

Inovasi adalah kemampuan untuk mengubah ide-ide kreatif menjadi produk, layanan, atau metode kerja yang memberikan nilai tambah nyata bagi bisnis dan konsumennya. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, inovasi menjadi kekuatan utama yang memungkinkan perusahaan untuk menjadi pelopor di pasar sekaligus mengurangi risiko tertinggal oleh kompetitor. Oleh karena itu, strategi inovasi harus ditempatkan sebagai prioritas utama oleh setiap pelaku usaha. Strategi ini melibatkan langkah-langkah sistematis dalam mengenali kebutuhan pasar, mengembangkan solusi kreatif, dan mengimplementasikan teknologi yang relevan. Tidak hanya itu, keberlanjutan inovasi juga penting untuk menciptakan daya saing jangka panjang, di mana perusahaan perlu terus beradaptasi dan memperbarui pendekatannya seiring dengan perubahan tren pasar dan teknologi.

Bagi usaha kecil dan menengah (UMKM), inovasi menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kesuksesan. Hal ini bergantung pada kemampuan pengusaha untuk terus belajar, beradaptasi, dan menyesuaikan keterampilan mereka dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal yang dinamis. Dalam konteks persaingan yang ketat dan sumber daya yang terbatas, UMKM dituntut untuk secara cerdas memanfaatkan setiap peluang yang ada di pasar. Pengusaha harus mampu mengidentifikasi pasar yang sesuai dengan kapabilitas mereka sekaligus mencari cara untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Dengan begitu, UMKM dapat tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan menciptakan nilai kompetitif yang signifikan.

Keberhasilan UMKM juga erat kaitannya dengan penerapan manajemen strategis yang efektif. Manajemen strategis memungkinkan pengusaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi langkah-langkah bisnis secara menyeluruh, terutama dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternal yang cepat. Misalnya, perubahan teknologi, preferensi konsumen, atau kebijakan pemerintah dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM. Dalam hal ini, pengusaha perlu mengembangkan strategi kewirausahaan yang fleksibel dan berbasis data untuk menavigasi dinamika pasar. Proses ini menjadi inti dari perjalanan kewirausahaan, di mana pengusaha harus terus berinovasi, beradaptasi, dan mengambil keputusan strategis yang berdampak positif bagi pertumbuhan bisnis mereka (Sudarmaji E, 2022). Dengan menggabungkan inovasi berkelanjutan dan manajemen strategis yang adaptif, UMKM tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan tetapi juga membuka jalan untuk pertumbuhan yang lebih besar di masa depan. Hal ini menciptakan fondasi yang kokoh bagi UMKM untuk menghadapi tantangan global dan memanfaatkan peluang ekonomi yang terus berkembang.

E-commerce (perdagangan elektronik) adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan menggunakan perangkat elektronik, seperti telepon dan internet. Media yang umum digunakan

dalam e-commerce mencakup internet, khususnya melalui *world wide web*. Dengan demikian, e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui platform elektronik, seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Dalam ekosistem e-commerce, seluruh aktivitas, termasuk penjualan, pemasaran, dan pembelian, berlangsung secara daring (online), tanpa batasan geografis, sehingga memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli dari berbagai belahan dunia.

Pesatnya perkembangan e-commerce dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti meningkatnya jumlah pengguna internet, kemajuan teknologi informasi, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Faktor-faktor ini menjadikan e-commerce sebagai bagian integral dari kehidupan modern, yang menawarkan kemudahan bagi penjual maupun pembeli. Perkembangan ini telah mendorong pertumbuhan industri e-commerce secara signifikan. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, terdapat tantangan yang harus dihadapi para pelaku usaha, seperti persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam konteks ini, perusahaan perlu merancang dan menerapkan strategi yang efektif untuk mempertahankan daya saing di industri e-commerce yang sangat dinamis.

### **Strategi Inovasi Digital dan Peran E-commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar Global**

Dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif dan perubahan tren konsumen yang cepat, UMKM mulai mengadopsi beragam strategi inovasi digital untuk tetap relevan dan berkembang. Inovasi digital ini mencakup berbagai langkah seperti penerapan teknologi baru dalam operasional bisnis, integrasi sistem manajemen berbasis digital, serta penggunaan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, UMKM juga mulai memanfaatkan teknologi analitik untuk memperoleh wawasan yang lebih baik tentang perilaku konsumen, yang memungkinkan mereka untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan preferensi pasar. Dengan cara ini, UMKM tidak hanya bertahan tetapi juga mampu menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan. Strategi inovasi digital yang tepat memungkinkan mereka untuk mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat proses keputusan bisnis, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

Salah satu aspek penting dari strategi inovasi digital yang diterapkan oleh UMKM adalah kehadiran mereka di dunia maya melalui platform e-commerce. Studi menunjukkan bahwa semakin banyak UMKM yang menyadari betapa pentingnya membangun eksistensi online sebagai bagian dari transformasi bisnis mereka. Melalui e-commerce, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, menawarkan produk atau jasa kepada konsumen dari berbagai belahan dunia. Platform e-commerce memberikan keuntungan dalam hal efisiensi transaksi, karena pembelian dan pembayaran dapat dilakukan secara langsung dan otomatis, mengurangi waktu dan biaya yang diperlukan dalam proses jual beli tradisional. Selain itu, platform e-commerce juga memberikan kemudahan dalam hal komunikasi langsung dengan pelanggan, memungkinkan UMKM untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Beberapa UMKM yang telah mengadopsi e-commerce melaporkan peningkatan penjualan yang signifikan serta hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, karena interaksi yang lebih personal dan mudah diakses. Dengan demikian, e-commerce tidak hanya membuka peluang baru bagi UMKM, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin digital dan global.

Di era digital yang terus berkembang, platform e-commerce telah menjadi alat yang sangat penting bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar mereka, tanpa terhalang oleh batasan geografis. Melalui e-commerce, UMKM dapat menjual produk atau layanan mereka kepada konsumen di seluruh dunia, membuka akses ke pasar global yang sebelumnya tidak terjangkau oleh bisnis berskala kecil. Salah satu aspek yang memperkuat strategi ini adalah

kemampuan untuk melakukan pengambilan keputusan berbasis data. Dengan menggunakan teknologi analitik, UMKM dapat mengumpulkan informasi yang mendalam tentang perilaku dan preferensi pelanggan. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk, layanan, dan pemasaran mereka dengan kebutuhan pasar yang lebih tepat sasaran, meningkatkan relevansi dan daya tarik di mata konsumen.

Selain itu, kolaborasi dan jaringan menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam mengatasi keterbatasan sumber daya yang ada. Di era digital, konsep kecerdasan kolektif semakin menonjol, di mana kolaborasi antara berbagai pihak—baik itu dengan mitra bisnis, pemasok, atau bahkan pelanggan—dapat memperkaya inovasi dan mempercepat pengembangan produk. Platform digital memungkinkan UMKM untuk menjalin kemitraan dan berbagi pengetahuan, yang pada gilirannya memperluas cakupan bisnis mereka dan memberikan akses ke sumber daya yang lebih beragam. Kemitraan ini dapat mencakup berbagai bentuk, seperti aliansi dengan perusahaan teknologi, kerja sama pemasaran, atau berbagi keahlian dengan pemangku kepentingan lain untuk meningkatkan kapabilitas bisnis.

Penerapan strategi inovasi digital yang efektif tidak hanya memungkinkan UMKM untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, tetapi juga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap daya saing dan pertumbuhannya. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis, menciptakan peluang baru, dan memperkuat posisi mereka di pasar global. Dalam konteks ini, keberhasilan dalam mengadopsi inovasi digital mempersiapkan UMKM untuk menghadapi tantangan dan peluang di masa depan, memberikan mereka fondasi yang kuat untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. Dengan demikian, strategi inovasi digital tidak hanya menjadi faktor penggerak pertumbuhan, tetapi juga kunci untuk kelangsungan bisnis yang sukses di pasar yang terus berubah.

Manajemen inovasi yang berhasil harus memperhatikan faktor budaya organisasi, karena budaya ini memainkan peran krusial dalam kesuksesan implementasi strategi inovasi perusahaan (Fernanda & Frinaldi, 2023). Budaya yang mendukung kreativitas, keterbukaan, dan keberanian untuk mengambil risiko dapat membantu perusahaan dalam menciptakan inovasi yang bernilai. Tanpa adanya budaya yang mendukung inovasi, bahkan strategi terbaik pun akan sulit terlaksana. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan suasana yang mendorong karyawan untuk berinovasi, seperti memberikan insentif bagi ide-ide kreatif dan mengurangi hambatan birokrasi. Namun, kesuksesan manajemen inovasi juga sangat bergantung pada kepemimpinan yang efektif. Pemimpin yang memiliki visi dan gaya kepemimpinan transformasional dapat menginspirasi karyawan untuk berkomitmen pada tujuan inovasi (Armiyanti, Sutrisna, Yulianti, Lova, & Komara, 2023).

## **CONCLUSION**

Guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital, penting bagi mereka untuk memiliki literasi keuangan yang baik dan memanfaatkan teknologi finansial (Fintech) untuk mengelola keuangan secara efisien dan mengambil keputusan yang tepat. Selain itu, UMKM harus mengadopsi strategi inovasi digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar melalui e-commerce, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Inovasi berkelanjutan, manajemen strategis yang adaptif, serta pemanfaatan data dan teknologi analitik dapat membantu UMKM untuk bertahan, berkembang, dan menciptakan nilai kompetitif dalam persaingan yang semakin ketat. Dengan menggabungkan literasi keuangan yang kuat dan teknologi digital, UMKM memiliki fondasi yang kokoh untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul di pasar global.

## REFERENCES

- Armiyanti, A., Sutrisna, T., Yulianti, L., Lova, N. R., & Komara, E. (2023). Kepemimpinan Transformasional Dalam Meningkatkan Kinerja Layanan Pendidikan. *Jurnal Educatio Fkip Unma*, 9(2), 1061–1070.
- Calvin, Kurnaedi, J., Lim, J., Ardiansyah, R., & Sentoso, A. (2023). Analisis Pemasaran Digital Pada UMKM Lims Nasi Lemak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(2), 1192–1197.
- Fernanda, M., & Frinaldi, A. (2023). Inovasi Budaya Organisasi Dalam Menciptakan Perilaku Inovatif Pegawai Pada Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Mandailing Natal. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(2), 855–865.
- K, S. L., Dery, A., & I, Y. P. (2022). itI SLabiba K., Dery A., Yogi Prana I. Pelatihan Digital marketing. 3(2), 1–12
- Kurniawati, E., Idris, I., Handayati, P., & Osman, S. (2021). Digital transformation of MSMEs in Indonesia during the pandemic. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 316
- Martins, A. (2023). Dynamic capabilities and SME performance in the COVID-19 era: the moderating effect of digitalization. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 15(2), 188–202.
- Nasution, S., & others. (2023). Strategi Manajemen Ekonomi Dalam Menghadapi Tantangan Global. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(5), 81–90.
- Putritamara, J. A., Hartono, B., Toiba, H., Utami, H. N., Rahman, M. S., & Masyithoh, D. (2023). Do Dynamic Capabilities and Digital Transformation Improve Business Resilience during the COVID-19 Pandemic? Insights from Beekeeping MSMEs in Indonesia. *Sustainability*, 15(3), 1760.
- Soeratin, B. S.. (2024). PENERAPAN STRATEGI MANAJEMEN INOVASI UNTUK DAYA SAING PERUSAHAAN DALAM INDUSTRI E-COMMERCE. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 1186–1193.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314.
- Yanuar, N. D., & Harti, H. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51–60