



## **Peran Digitalisasi UMKM Mie Jebew Mendalo dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Masyarakat di Era Society 5.0.**

**Dewi Etika Syari<sup>1</sup>, Nabila Budi Rezeki<sup>2</sup>, Yurika Bil Khoirin<sup>3</sup>, Rohmatika<sup>4</sup>, Ahmad Rifki<sup>5</sup>**

Program Studi Administrasi Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Kota Jambi, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Kota Jambi, Indonesia<sup>5</sup>

\*Email Korespondensi: [nabilabudirezeki@gmail.com](mailto:nabilabudirezeki@gmail.com)

Diterima: 28-11-2025 | Disetujui: 08-12-2025 | Diterbitkan: 10-12-2025

### **ABSTRACT**

*This study addresses the digital transformation of the Mie Jebew Mendalo MSMEs in promoting economic independence in the Society 5.0 era. The objective is to understand the influence of technology on corporate growth and its economic ramifications. This study utilizes a qualitative methodology through detailed interviews, and field observations, documentation, literature review. The novelty lies in illustrating the integration of digital technology within local MSMEs as an adaptive economic empowerment model that combines digital marketing, business expansion, and technology's role in enhancing production capacity and economic self-reliance. Proposed solutions involve applying modern digital marketing and operational strategies supporting sustainable MSME transformation. The scientific contribution is empirical evidence that digitalization increases revenue, expands market access, and creates new jobs, positioning MSMEs as a key driver of community economic independence. In conclusion, MSME digitalization is not merely technology upgrading but an inclusive strategy for building resilient, self-reliant local economies.*

**Keywords:** *Digitalization of MSMEs; economic independence; Society 5.0; digital marketing; economic empowerment.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengangkat masalah transformasi digital pada UMKM Mie Jebew Mendalo dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat di era Society 5.0. Tujuan penelitian berupa memahami peran digitalisasi dalam perkembangan usaha dan dampaknya pada kesejahteraan sosial ekonomi. Metodologi yang dipergunakan yakni kualitatif dengan pendekatan deskriptif mencakup wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, studi literatur. Kebaruan penelitian terletak pada penggambaran integrasi teknologi digital dalam UMKM lokal sebagai model pemberdayaan ekonomi yang adaptif di era digital, menggabungkan aspek pemasaran digital, pengembangan usaha, dan peran teknologi dalam meningkatkan kapasitas produksi dan kemandirian ekonomi. Solusi yang ditawarkan berupa penerapan strategi digital marketing dan operasional modern yang mendukung transformasi UMKM yang berkelanjutan. Kontribusi ilmiah dari penelitian ini adalah pembuktian empiris bahwa digitalisasi meningkatkan omzet, memperluas pasar, dan menciptakan lapangan kerja baru, sehingga UMKM menjadi motor penggerak utama kemandirian ekonomi masyarakat. Kesimpulannya, digitalisasi UMKM bukan hanya peningkatan teknologi, tetapi juga strategi inklusif membangun ekonomi lokal yang tangguh dan mandiri.

**KataKunci:** Digitalisasi UMKM; kemandirian ekonomi; Society 5.0; pemasaran digital; pemberdayaan ekonomi.

**Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:**

Dewi Etika Syari, Nabila Budi Rezeki, Yurika Bil Khoirin, Rohmatika, & Ahmad Rifki. (2025). Peran Digitalisasi UMKM Mie Jebew Mendalo dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Masyarakat di Era Society 5.0. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 3059-3069. <https://doi.org/10.63822/v56w6329>

## PENDAHULUAN

Revolusi digital telah membuat UMKM lebih kompetitif dan inovatif. Kini, mereka dapat memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Ketika pelaku UMKM tidak mulai menggunakan teknologi pemasaran digital dan tetap fokus pada metode penjualan klasik, mereka berisiko tertinggal dalam kompetisi dengan pesaing yang lebih efisien, sehingga diperlukan kreativitas dan inovasi dalam pengelolaan usaha agar tetap relevan. Dalam era digital ini, pemasaran produk UMKM perlu dibantu oleh desain website yang sesuai yang membuat target pasar lebih tepat sasaran dan tentunya lebih ekonomis. Untuk maju di era digital, UMKM wajib memanfaatkan teknologi digital dalam merancang strategi pemasarannya. Merujuk data empiris terkait UMKM melalui strategi pemberdayaan dalam konteks digitalisasi dan pembelajaran, manfaat yang diperoleh adalah sebagai referensi dalam pemberdayaan UMKM berbasis digital dan melaksanakan pendampingan yang melibatkan platform sosial serta pelaku UMKM untuk memperbesar cakupan pasar. Dengan strategi pemasaran digital dan fisik diharapkan dapat memperluas jangkauan penjualan UMKM.

Perkembangan digitalisasi UMKM dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap kemandirian dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Sejak sekitar tahun 2015, digitalisasi mulai memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang lewat pemanfaatan platform online seperti e-commerce dan media sosial. Dengan digitalisasi, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, mengotomatisasi proses bisnis, dan meningkatkan efisiensi operasional mereka, sehingga berkontribusi dalam meningkatkan omzet dan daya saing produk lokal (Singa Fintech, 2024; Beritajam, 2025).

Pada tahun 2025, tercatat sekitar 75% UMKM Indonesia telah memanfaatkan teknologi digital, melonjak besar dibandingkan tahun 2020 yang baru sekitar 13%. Lonjakan ini ditopang oleh mudahnya akses internet, harga perangkat yang lebih terjangkau, dan semakin berkembangnya ekosistem transaksi digital. Digitalisasi UMKM tidak hanya memudahkan pemasaran produk hingga ke pasar internasional, tetapi juga memperkuat pengelolaan keuangan dan logistik, sehingga UMKM mampu tumbuh lebih mandiri dan tahan terhadap berbagai tantangan ekonomi (Beritajam, 2025; Tribunnews Surabaya, 2024). Transformasi digital UMKM dalam 10 tahun terakhir juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum dengan membuka lapangan pekerjaan baru, meningkatkan pendapatan, dan menurunkan tingkat kemiskinan. Dengan demikian, digitalisasi dalam *era Society 5.0* bukan hanya mengenai kemajuan teknologi, tetapi juga sebagai strategi pembangunan inklusif yang menyejahterakan masyarakat melalui kemandirian ekonomi UMKM. Meskipun manfaatnya besar, masih terdapat tantangan signifikan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan sulitnya akses pendanaan yang harus diatasi melalui kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan. Digitalisasi pada UMKM tidak hanya membantu meningkatkan produksi dan pemasaran, tapi juga membangun citra merek dan pengalaman pelanggan yang lebih baik sehingga memperkuat loyalitas konsumen (Arifin & Hidayat, 2023). Oleh karena itu, UMKM Mie Jebew Mendalo sebagai bagian dari ekosistem UMKM Indonesia dapat memanfaatkan digitalisasi secara optimal tidak hanya untuk bertahan, tetapi juga berkembang di era *Society 5.0*, yang pada akhirnya mendorong kemandirian ekonomi masyarakat dan penguatan perekonomian lokal.

Teori Transformasi Digital (*Digital Transformation*) menjelaskan bagaimana adopsi teknologi digital mengubah proses bisnis tradisional UMKM menjadi lebih modern dan efisien. Transformasi ini

mencakup aspek pemasaran, operasional, dan pengelolaan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi seperti big data, *machine learning*, dan *platform* digital. Dengan transformasi digital, UMKM dapat meningkatkan jangkauan pasar dan daya saingnya secara signifikan (Lucija, Vuksic', & Spremic', 2019; *Online Binus*, 2024).

Konsep Ekosistem Digital UMKM memberikan gambaran tentang kumpulan faktor yang mendukung digitalisasi seperti kebijakan pemerintah, pendidikan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan budaya organisasi yang adaptif terhadap perubahan digital. Integrasi elemen-elemen ini krusial untuk memastikan UMKM dapat bertahan dan berkembang dalam *era Society 5.0* yang berbasis teknologi dan inovasi (ISEI, 2024; Ocean BCA, 2025). Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan layanan pelanggan memungkinkan UMKM memberikan pengalaman yang dipersonalisasi dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berujung pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan. Digitalisasi juga membuka peluang pengembangan produk baru dan layanan berbasis aplikasi yang dapat memperluas nilai tambah UMKM (Online Binus, 2024).

Transformasi digital UMKM dipahami sebagai proses integrasi teknologi digital dalam berbagai aspek operasional, pemasaran, distribusi, dan pengelolaan keuangan UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dalam dekade terakhir, strategi digitalisasi diarahkan pada penguatan infrastruktur digital, peningkatan literasi digital pelaku UMKM, serta pendampingan untuk mengadopsi platform e-commerce dan teknologi baru. Program ini terbukti meningkatkan akses pasar UMKM baik lokal maupun global, sehingga mendorong kemandirian usaha dan kesejahteraan masyarakat (Hanim et al., 2021; Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, 2023; ULIL Albab Institute, 2025).

Konsep ekosistem digital UMKM menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, penyedia teknologi, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha dalam menciptakan lingkungan yang mendukung transformasi digital. Infrastruktur memadai, kebijakan yang inklusif, dan pelatihan literasi digital merupakan faktor kunci keberhasilan digitalisasi UMKM dalam beberapa tahun terakhir (UNCTAD, 2021; ULIL Albab Institute, 2025). Selain manfaat digitalisasi, UMKM menghadapi tantangan signifikan seperti isu keamanan data dan privasi yang harus diatasi untuk melindungi pelaku usaha dan konsumen dari risiko kebocoran informasi dan penipuan digital (Smith & Kumar, 2023). Selain itu, keterbatasan akses modal juga menjadi hambatan bagi UMKM untuk berinvestasi dalam teknologi digital terbaru. Resistensi terhadap perubahan dari pelaku usaha yang belum melek digital memerlukan pendekatan edukasi dan pemberdayaan intensif sebagai solusi utama. Studi perbandingan menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan sangat penting untuk membangun ekosistem digital yang inklusif guna mendukung keberlanjutan UMKM dalam menghadapi tantangan digital (Nguyen, 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena digitalisasi yang terjadi pada UMKM Mie Jebew Mendalo serta bagaimana digitalisasi tersebut berperan dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat di era Society 5.0.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci, sistematis, dan objektif mengenai kondisi nyata proses digitalisasi yang dilakukan oleh UMKM tersebut, serta dampaknya bagi perkembangan bisnis dan masyarakat sekitarnya. Informan kunci yang dipilih adalah pemilik tunggal UMKM Mie Jebew Mendalo (Divyfood), yang juga mengelola usaha Jersey sejak 2020. Pemilihan informan ini didasarkan pada pengalaman langsung yang kaya dalam melakukan transformasi digital, mulai dari langkah awal menggunakan Facebook Marketplace dan ojek online pada awal 2024, hingga ekspansi strategis ke platform yang lebih kompleks seperti Instagram, TikTok, GrabFood, ShopeeFood, dan GoFood. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini secara eksklusif menggunakan teknik wawancara mendalam (in-depth interview) hanya dengan pemilik usaha, memastikan bahwa informasi yang diperoleh memiliki validitas internal yang tinggi dan memberikan wawasan komprehensif langsung dari sumber otoritas mengenai tantangan dan keberhasilan implementasi teknologi digital dalam konteks multi-bisnis yang ia jalankan.

## 1. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

a) Wawancara mendalam

Hanya pemilik usaha outlet yang diwawancara untuk memperoleh informasi langsung mengenai penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, operasional, dan pengembangan usaha.

b) Dokumentasi

Dokumentasi yang ada berupa foto bersama karyawan di depan outlet usaha sebagai bukti visual keberadaan dan operasional UMKM. Foto tersebut diambil secara formal, meskipun tidak disertai rekaman video atau data penjualan lainnya. Dokumentasi ini berfungsi sebagai gambaran nyata dari aktivitas outlet dan tim yang menjalankan usaha secara langsung, sehingga menjadi bagian penting dalam pencatatan administrasi usaha secara resmi.

c) Studi literatur

Studi literatur ini membahas teori-teori terkait digitalisasi UMKM, konsep Society 5.0, serta peranannya dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat. Dengan menggali kajian tersebut, diharapkan pemahaman yang komprehensif dapat diperoleh untuk mendukung pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam era digital.

## 2. Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu menguraikan dan menjelaskan fenomena digitalisasi pada UMKM tanpa mengabaikan konteks sosial dan ekonomi. Proses analisis dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data untuk mengelompokkan informasi penting, penyajian data secara sistematis, dan penarikan kesimpulan terkait peran digitalisasi dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran komprehensif dan kontekstual mengenai transformasi digital di UMKM Mie Jebew Mendalo dan dampaknya terhadap pengembangan usaha serta penggerakan ekonomis masyarakat di era Society 5.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Hasil

Penelitian terhadap UMKM Mie Jebew Mendalo menunjukkan beberapa capaian utama sebagai berikut:

#### 1. Peran Digitalisasi dalam Pemasaran dan Penjualan

Sejak awal berdirinya, UMKM ini sudah memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Tik Tok, serta marketplace digital seperti Facebook Marketplace untuk memperkenalkan produk dan menjangkau konsumen lebih luas. Peran media sosial semakin kuat dengan penggunaan video promosi yang mampu menarik perhatian sehingga menghasilkan fenomena viral (FYP) di TikTok, yang berdampak signifikan pada kenaikan omset penjualan. Kanal digital pemesanan GrabFood, ShopeeFood, dan GoFood turut memperluas akses konsumen praktis dan cepat, sehingga UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

#### 2. Pengembangan Usaha dan Pertumbuhan Tim

Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk bertransformasi dari usaha rumahan menjadi usaha dengan dua outlet fisik yang didukung oleh tim produksi beranggotakan tiga orang. Hal ini menunjukkan bagaimana teknologi digital tidak hanya mendongkrak pemasaran, tetapi juga mendukung perluasan operasional dan peningkatan kapasitas produksi.

#### 3. Adaptasi dan Penguasaan Teknologi

Pemilik UMKM yang memiliki pengalaman pengelolaan digital sebelumnya berhasil mengadopsi berbagai teknologi dengan cepat dan tepat. Kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi digital menjadi faktor kunci kelancaran adaptasi dan kelangsungan usaha yang kuat di tengah persaingan digital.

#### 4. Kontribusi pada Kemandirian Ekonomi Masyarakat

Digitalisasi mendorong pelaku usaha untuk lebih mandiri secara ekonomi, dengan peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja di lingkungan sekitar. UMKM ini menjadi model pemberdayaan ekonomi lokal yang efektif melalui transformasi digital, sejalan dengan konsep Society 5.0 yang mengintegrasikan teknologi dengan kebutuhan sosial ekonomi masyarakat.

Informan utama adalah pemilik usaha UMKM Mie Jebew Mendalo (Divyfood), yang juga mengelola usaha Jersey sejak 2020. Wawancara mendalam dilakukan hanya dengan pemilik outlet untuk memperoleh informasi langsung mengenai penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, operasional, dan pengembangan usaha. Pemilik usaha dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam transformasi digital, mulai dari pemasaran via Facebook Marketplace dan ojek online sejak awal 2024 hingga ekspansi ke platform seperti Instagram, TikTok, GrabFood, ShopeeFood, dan GoFood.

Pemilik UMKM Mie Jebew Mendalo (Divyfood) mulai memanfaatkan teknologi digital sejak awal tahun 2024, tepat setelah menyelesaikan wisuda. Awalnya, pemasaran dilakukan melalui MarketPlace Facebook dan layanan ojol, yang ternyata mendapat respon positif dan banyak peminat. Sejak saat itu, Divyfood terus mengandalkan teknologi digital untuk mempromosikan usaha dan mendapatkan berbagai ide bisnis yang cocok untuk dikembangkan.

Usaha ini dipasarkan melalui berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, serta aplikasi layanan pesan antar makanan seperti GRABFOOD, ShopeeFood, dan GoFood. Pemilik usaha mengungkapkan rasa syukurnya atas keberadaan media sosial yang mampu membuat bisnisnya dikenal

luas oleh banyak orang. Bahkan, ada saat-saat video yang diunggah viral hingga masuk ke halaman For You Page (FYP), yang berdampak positif terhadap peningkatan omset penjualan. Oleh karena itu, beliau sangat giat mengunggah konten video terkait bisnisnya di media sosial.

Pada awal penggunaan teknologi digital, tidak terdapat kesulitan yang berarti. Hal ini dikarenakan pemilik usaha sudah berpengalaman dalam digitalisasi melalui usaha Jersey yang telah berjalan sejak tahun 2020. Dengan kemudahan tersebut, pemilik merasa lebih siap dan termotivasi untuk mengelola Divyfood secara digital.

Dampak dari digitalisasi sangat signifikan dalam perkembangan usaha dan kehidupan sehari-hari pemilik. Awalnya, usaha hanya berbasis penjualan online dari rumah, namun kini telah berkembang menjadi memiliki dua outlet fisik. Selain itu, dari semula bekerja sendiri dalam produksi dan penjualan, saat ini sudah ada tiga orang tim yang membantu jalannya bisnis. Pemilik sangat bersyukur bisa terus mengikuti perkembangan teknologi digital dan menerapkannya demi kemajuan usaha yang semakin pesat.

Studi kasus perbandingan mengungkap keberhasilan UMKM di beberapa negara berkembang dalam menghadapi tantangan digitalisasi melalui kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan yang memperkuat infrastruktur serta pelatihan literasi digital bagi pelaku usaha (Nguyen, 2024). UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi digital dengan dukungan ekosistem inklusif menunjukkan peningkatan efisiensi operasional dan jangkauan pasar yang signifikan.

### b. Pembahasan

Digitalisasi membawa dampak sosial berupa perubahan budaya kerja yang mengarah pada fleksibilitas tinggi, namun juga menuntut kesiapan SDM agar adaptif dan tidak terjadi ketimpangan digital di antara pelaku UMKM (Patel, 2023). Tantangan besar termasuk isu keamanan data dan privasi yang perlu diatasi untuk melindungi pelaku usaha dan konsumen dari risiko kebocoran informasi dan penipuan digital (Smith & Kumar, 2023). Selain itu, keterbatasan akses modal juga menjadi hambatan penting yang harus diatasi dengan dukungan program pemerintah dan pemangku kepentingan (Jones & Lee, 2022). Resistensi terhadap perubahan dari pelaku usaha yang belum melek digital menuntut pendekatan edukasi dan pemberdayaan yang intensif agar transformasi digital dapat berjalan berkelanjutan.

Digitalisasi dalam konteks UMKM Mie Jebew Mendalo bukan sekadar alat pemasaran, melainkan menjadi pondasi revolusi bisnis yang membentuk ekosistem usaha modern. Pemanfaatan platform digital memberikan kemudahan akses pasar, efisiensi waktu, serta memperkuat hubungan pelanggan melalui interaksi langsung di media sosial. Strategi pemasaran digital mengandalkan konten kreatif dan konsistensi upload video yang memberikan nilai tambah berupa engagement tinggi dan peningkatan loyalitas konsumen.

Pertumbuhan outlet dan tim kerja menandai adanya professionalisasi usaha yang dijalankan dengan pendekatan manajerial modern. Digitalisasi juga mendukung pengelolaan stok, pengaturan produksi, serta monitoring penjualan yang lebih efektif dan transparan. Proses ini memperkecil ketergantungan dan meningkatkan kemandirian pelaku UMKM dalam mengatur sumber daya dan pertumbuhan usaha.

Era Society 5.0 menuntut pelaku UMKM untuk merespon kebutuhan masyarakat yang semakin tersambung dengan teknologi. UMKM Mie Jebew Mendalo memperlihatkan bagaimana pengintegrasian teknologi digital dapat mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih inovatif dan adaptif, sekaligus

memberikan keuntungan sosial ekonomi bagi komunitas lokal. Walaupun UMKM ini sukses dalam digitalisasi, tantangan literasi digital dan persaingan pasar yang dinamis tetap harus dikelola dengan strategi berkelanjutan seperti pelatihan SDM, inovasi produk, dan pengembangan kualitas layanan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Digitalisasi menjadi jembatan penghubung yang menyatukan teknologi, inovasi, dan pemberdayaan ekonomi lokal, sehingga UMKM dapat terus tumbuh dan berkontribusi signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional.

Penelitian lain juga mengatakan bahwa digitalisasi UMKM memberikan dampak positif signifikan terhadap peningkatan omzet, perluasan akses pasar, dan efisiensi operasional. Sebagai contoh, Bank Indonesia (2020) melaporkan bahwa UMKM yang memanfaatkan platform digital mengalami kenaikan penjualan rata-rata sebesar 30% dibandingkan UMKM yang masih mengandalkan cara konvensional. Penggunaan aplikasi manajemen inventaris dan pembukuan digital juga membantu menekan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi bisnis (Kompasiana, 2025).

Selain itu, teknologi seperti Artificial Intelligence (AI) dan iklan kreatif turut memperkuat transformasi digital pada sektor UMKM dan MSME. AI dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja hingga 40% dan mempercepat waktu pemasaran produk hingga lima kali lipat, sementara iklan kreatif membantu UMKM menjangkau target pasar secara lebih efektif dan optimal (Universitas Gadjah Mada, 2025). Tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi meliputi keterbatasan sumber daya, infrastruktur digital yang tidak merata, serta isu keamanan siber yang perlu diatasi dengan dukungan regulasi dan pelatihan (UGM, 2025; Smith & Kumar, 2023).

Penelitian lain menunjukkan bahwa edukasi literasi digital, penyediaan akses internet yang lebih luas, dan pendampingan penggunaan aplikasi digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan adopsi teknologi digital oleh UMKM, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan pendapatan usaha sekaligus pemberdayaan ekonomi lokal (Kurniawati et al., 2021; Nguyen, 2024).

Penelitian lain juga menyebutkan penerapan digitalisasi pada UMKM melalui media pembelajaran berbasis E-Modul secara signifikan dapat meningkatkan literasi dan pemahaman pelaku UMKM dalam melakukan transaksi ekonomi digital di era Society 5.0. Digitalisasi ini tidak hanya memberikan kemudahan akses transaksi, tetapi juga meningkatkan kemampuan adaptasi usaha dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan skor rata-rata pemahaman transaksi digital sebesar 19,02 poin setelah penggunaan E-Modul, sehingga media pembelajaran digital tersebut menjadi solusi efektif untuk mendukung kemandirian ekonomi pelaku UMKM melalui penguatan kapabilitas teknologi dan akses pasar digital (Wardana & Italina, 2025).

Penelitian lain menegaskan bahwa digitalisasi di sektor Mikro, Kecil, dan Menengah (MSMEs) membawa pengaruh besar terhadap peningkatan inovasi, efisiensi operasional, akses pasar, dan keberlanjutan sosial-ekonomi. Menurut kajian sistematis berbasis literatur oleh Arifin et al. (2025), digitalisasi meningkatkan produktivitas melalui otomatisasi proses, analitik real-time untuk pengambilan keputusan, serta mengoptimalkan komunikasi internal dan eksternal. Hal ini menjadikan MSME lebih adaptif dan kompetitif di pasar global. Namun, tantangan utama meliputi keterbatasan sumber daya, infrastruktur digital yang belum merata, serta risiko keamanan siber yang perlu diantisipasi oleh pelaku usaha dan pemangku kepentingan. Pemerintah berperan penting dalam pembuatan regulasi, insentif

keuangan, dan perbaikan infrastruktur guna mendukung transformasi digital yang berkelanjutan (Arifin et al., 2025).

Studi oleh Rahmawati et al. (2024) menambahkan bahwa penerapan teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi dan pendapatan usaha, tapi juga mengurangi biaya produksi dan memperluas jaringan pasar secara signifikan. Digital marketing, e-commerce, dan fintech menjadi kunci dalam mendorong pertumbuhan bisnis MSME, terutama dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital untuk transaksi dan informasi produk. Namun, perlu adanya pelatihan literasi digital dan dukungan pembiayaan agar pelaku UMKM dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi tersebut (Rahmawati et al., 2024).

Selain itu, program inkubasi bisnis yang mengintegrasikan transformasi digital memberikan kontribusi positif terhadap performa bisnis UMKM di Indonesia. Persada et al. (2025) meneliti bahwa sinergi antara digitalisasi dan inkubasi bisnis, termasuk pendampingan, pelatihan, dan akses jejaring usaha, mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pangsa pasar secara nyata. Hal ini menunjukkan pentingnya kolaborasi berbagai pihak dalam mendukung ekosistem digital UMKM yang berkelanjutan (Persada et al., 2025).

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi berperan sangat penting dalam mendorong perkembangan UMKM Mie Jebew Mendalo, terutama dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet, dan memperkuat kemandirian ekonomi pelaku usaha. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan layanan pesan-antar digital memungkinkan UMKM ini mengoptimalkan pemasaran, mempercepat distribusi produk, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Transformasi digital juga mendorong peningkatan kapasitas internal, terlihat dari berkembangnya usaha menjadi dua outlet serta hadirnya tim produksi yang lebih profesional. Keberhasilan ini dipengaruhi oleh kemampuan pemilik usaha dalam beradaptasi dengan teknologi serta konsistensi dalam mengelola konten promosi yang kreatif.

Penelitian ini memperkuat teori mengenai pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi UMKM, sekaligus menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi strategi efektif untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat di era Society 5.0. Hasil penelitian ini memberikan gambaran praktis bahwa UMKM lain dapat mencontoh strategi digital Mie Jebew Mendalo untuk meningkatkan performa usahanya. Bagi pemerintah dan pemangku kepentingan, temuan ini menegaskan pentingnya menyediakan pelatihan literasi digital, akses teknologi terjangkau, dan dukungan kebijakan yang kondusif agar lebih banyak UMKM dapat melakukan transformasi digital. Selain itu, penelitian selanjutnya berpotensi memperluas kajian pada UMKM sektor lain untuk memperoleh model digitalisasi yang lebih komprehensif dan dapat diterapkan secara lebih luas.

Dalam mendukung digitalisasi UMKM yang inklusif dan berkelanjutan, diperlukan kebijakan terintegrasi yang meliputi peningkatan keamanan siber, peningkatan akses modal teknologi, serta program pelatihan literasi digital yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM (Jones & Lee, 2022; Smith & Kumar, 2023). Pemerintah dan pemangku kepentingan harus memperkuat kolaborasi dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan untuk membangun ekosistem digital yang kuat dan inklusif yang mampu menjawab

tantangan tersebut sekaligus memaksimalkan potensi digitalisasi dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat (Nguyen, 2024).

Bagian kesimpulan ini merupakan ringkasan singkat dari bagian hasil dan pembahasan. Penulis sangat disarankan untuk menghindari penggunaan pernyataan berulang (*repetitive statements*) dari bagian sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Hidayat, R. (2023). Digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing ekonomi di era Society 5.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 115-130.
- Arifin, Z., Hidayat, R., & Nugroho, F. (2025). The impact of digitalization on micro, small, and medium enterprises (MSMEs): A systematic literature review. *International Journal of Economic and Commerce Management*, 13(1), 12-32.
- Bank Indonesia. (2020). Peningkatan penjualan UMKM melalui platform digital. Bank Indonesia Report.
- Beritajam. (2025, September 17). Transformasi digital UMKM Indonesia melonjak pesat di 2025 dorong pertumbuhan ekonomi nasional.
- Bisnis Digital. (2025, July 29). UMKM dan Digitalisasi: Peluang Atau Ancaman?
- Hanim, S., et al. (2021). Pengembangan digitalisasi UMKM di era 5.0. ULIL Albab Institute.
- 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 Juli), 1-10.
- Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI). (2024). Ekosistem Digital UMKM: Faktor pendukung dan tantangan.
- Jones, A., & Lee, M. (2022). Barriers to digital adoption in small enterprises: Capital and knowledge constraints. *Journal of Small Business Management*, 60(4), 789-805.
- Kompasiana. (2025, Februari 28). Dampak digitalisasi terhadap UMKM di Indonesia.
- Kurniawati, A., Dwi, S., & Rahayu, S. (2021). Strategi digitalisasi UMKM: Edukasi literasi dan akses teknologi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 101-112.
- Lucija, V., Vuksic', V., & Spremic', M. (2019). Mastering The Digital Transformation Process.
- Nguyen, T. H. (2024). Building inclusive digital ecosystems for MSMEs in developing countries: Lessons from Asia. *International Journal of Digital Economy*, 12(1), 45-63.
- Ocean BCA. (2025, July 28). Digitalisasi UMKM: Manfaat dan Cara Implementasi.
- Online Binus. (2024, December 1). Langkah Tepat Digitalisasi UMKM dan Pemanfaatan Artificial Intelligence.
- Patel, R. (2023). Social transformations in SMEs through digital tools: A cultural perspective. *Journal of Organizational Change Management*, 36(2), 345-360.
- Persada, A. R., Wijayanto, H., & Ardiansyah, F. (2025). Digital transformation and business incubation performance in Indonesian SMEs. *Journal of Indonesian Management and Business*, 8(2), 45-59.
- Rahmawati, D., Firmansyah, R., & Putri, L. (2024). The impact of digital transformation on MSME competitiveness and economic growth. *Journal of Advanced Research in Technology and Business*,

6(4), 110-125.

Singa Fintech. (2024, October 17). Dampak transformasi digital pada UMKM Indonesia dan cara manfaatkan peluang.

Smith, J., & Kumar, R. (2023). Data privacy challenges and solutions for SMEs in the digital age. *Cybersecurity Journal*, 5(1), 22-37.

Tribunnews Surabaya. (2024, October 13). Digitalisasi beri dampak UMKM di Surabaya naik kelas, izin kian mudah pasar makin luas. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*. (2021). Free Press.

Universitas Gadjah Mada. (2025, Agustus 19). AI and creative advertising key to supporting digital transformation of MSMEs. *UGM News*.

Wardana, L., & Italina, C. (2025). Model Digitalisasi UMKM Dalam Transaksi Ekonomi Era Society 5.0. *Jurnal Ekobismen*, 5(2), 259-268.