

## KESENJANGAN LITERASI DIGITAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU EKONOMI UMKM : PENDEKATAN TEORI INOVASI DIGITAL

Anindya Raihan Azzahra<sup>1</sup>, Nabila Putri Anggrina<sup>2</sup>, Widya Laela Ramadhani<sup>3</sup>,  
Mahardika Cipta Raharja<sup>4</sup>, Ida Puspitarini<sup>5</sup>

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri  
Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

Email: [224110201147@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:224110201147@mhs.uinsaizu.ac.id), [224110201165@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:224110201165@mhs.uinsaizu.ac.id),  
[224110201183@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:224110201183@mhs.uinsaizu.ac.id), [mc.raharja@uinsaizu.ac.id](mailto:mc.raharja@uinsaizu.ac.id), [idapuspitarini@uinsaizu.ac.id](mailto:idapuspitarini@uinsaizu.ac.id)

### ABSTRACT

*This study examines the digital literacy gap (DIL) and its impact on the economic behavior of MSMEs in Indonesia using Rogers' Diffusion of Innovations Theory. Previous studies have emphasized that low digital literacy hinders MSMEs' technology adoption, productivity, and competitiveness. This study employed a qualitative method with a phenomenological approach and multiple case studies of five MSMEs, using in-depth interviews and observations to explore their experiences, perceptions of innovation, and economic decision-making. The thematic analysis revealed three main findings: (1) MSMEs with low DIL face access barriers, limited skills, and digital anxiety, which reinforce the perception of technology complexity; (2) perceptions of relative advantage and compatibility are stronger among highly literate MSMEs, resulting in faster adoption of e-commerce, fintech, and other digital systems; (3) low DIL leads to conservative economic behavior, slow innovation, and missed market opportunities, while high DIL increases efficiency, market expansion, and business resilience. These findings demonstrate that DIL plays an important role as a mediator in the diffusion of digital innovation. The study concluded that the digital literacy gap contributes significantly to disparities in productivity and competitiveness of MSMEs, with implications for national economic contribution.*

**Keywords:** Digital Literacy Gap, Economic Behavior of MSMEs, Digital Innovation Theory

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji kesenjangan literasi digital (KLD) dan dampaknya terhadap perilaku ekonomi UMKM di Indonesia melalui pendekatan Teori Inovasi Digital (Diffusion of Innovations) Rogers. Studi-studi terdahulu menegaskan bahwa rendahnya literasi digital menghambat adopsi teknologi, produktivitas, dan daya saing UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan studi kasus ganda terhadap lima UMKM, melalui wawancara mendalam dan observasi untuk menggali pengalaman, persepsi inovasi, serta pengambilan keputusan ekonomi. Hasil analisis tematik menunjukkan tiga temuan utama: (1) UMKM dengan KLD rendah menghadapi hambatan akses, keterbatasan keterampilan, serta kecemasan digital yang memperkuat persepsi complexity terhadap teknologi; (2) persepsi manfaat relatif (relative advantage) dan kesesuaian (compatibility) lebih kuat pada UMKM berliterasi tinggi, sehingga lebih cepat mengadopsi e-commerce, fintech, dan sistem digital lainnya; (3) KLD rendah

### Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagirism checker no 80

Prefix DOI:

[10.8734/musyitari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musyitari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

berdampak pada perilaku ekonomi konservatif, lambat berinovasi, serta kehilangan peluang pasar, sedangkan KLD tinggi meningkatkan efisiensi, ekspansi pasar, dan ketahanan usaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa KLD berperan sebagai mediator penting dalam difusi inovasi digital. Penelitian menyimpulkan bahwa kesenjangan literasi digital berkontribusi signifikan terhadap disparitas produktivitas dan daya saing UMKM, dengan implikasi terhadap kontribusi ekonomi nasional.

**Kata Kunci:** Kesenjangan Literasi Digital, Perilaku Ekonomi UMKM, Teori Inovasi Digital

## 1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam menopang perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) tahun 2024, UMKM berjumlah 99% atau sekitar 66 juta unit dengan kontribusi pada PDB sebesar 61,07% atau 8,573 triliun dan ekspor 16%, serta mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Sementara itu, usaha besar hanya 1% atau 31,795 unit dengan kontribusi pada PDB sebesar 1,019 triliun dan ekspor 58%. Data ini menunjukkan dominasi UMKM, namun produktivitas per unit usaha-nya tetap rendah dibandingkan usaha besar, yang menandakan adanya kesenjangan. Survei Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) tahun 2022-2023 oleh Badan Pengembangan Sumber Daya Komunikasi dan Digital menunjukkan IMDI nasional sebesar 37,8 dari skala 1-100, dengan pilar keterampilan digital hanya 49,35, yang menandakan keterampilan digital masyarakat belum mencapai tahap optimal untuk digitalisasi. Ditambah dengan data oleh Kementerian UMKM hingga Juli 2024, tercatat hanya 25,5 juta dari 66 juta UMKM yang telah terhubung dalam ekosistem digital, hal ini menunjukkan adanya kekurangan pada adopsi teknologi meskipun jumlah unit besar.

Kesenjangan literasi digital ini tidak hanya berfokus pada akses perangkat atau koneksi internet, tetapi juga menyangkut kemampuan individu dalam memahami, mengolah, dan menciptakan nilai dari informasi digital. Berdasarkan studi dari Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia (JMBI), banyak pelaku UMKM masih berada pada tingkat literasi digital rendah hingga sedang, terutama di wilayah pedesaan dan semi-perkotaan. (Gunawan Wibowo, 2021) menyebutkan bahwa literasi digital dalam konteks UMKM mencakup empat dimensi: akses, keterampilan, pemanfaatan, dan kreasi. Kelemahan pada salah satu dimensi dapat menghambat adaptasi dan inovasi usaha. Dalam kerangka teoritis, teori Inovasi Digital atau *Diffusion of Innovations* oleh Everett M. Rogers (2003) memberikan pemahaman bahwa adopsi teknologi ditentukan oleh persepsi individu terhadap inovasi, termasuk kemudahan penggunaan (*ease of use*), manfaat relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kompleksitas (*complexity*), kemampuan uji coba (*trialability*), dan kemampuan pengamatan hasil (*observability*). Teori ini dipilih karena relevansinya dalam menjelaskan hambatan adopsi di UMKM Indonesia. Studi dari Universitas Jenderal Soedirman menegaskan bahwa literasi digital adalah penentu utama dalam penerapan sistem digital seperti akuntansi berbasis teknologi atau pemasaran algoritma. Rendahnya literasi digital mengakibatkan resistensi terhadap perubahan, membuat UMKM lebih nyaman dengan metode konvensional yang tidak kompetitif.

Dampak nyata kesenjangan ini terlihat dalam perilaku ekonomi UMKM. UMKM dengan literasi rendah cenderung lambat mengadopsi *e-commerce*, kurang optimal memanfaatkan media sosial untuk promosi, dan enggan menggunakan sistem keuangan digital seperti QRIS atau *mobile banking*. Sebaliknya, UMKM dengan literasi tinggi mampu mencapai efisiensi operasional, menjangkau pasar yang lebih luas, dan fleksibel menghadapi disrupsi atau

hambatan. Penelitian International Journal of Social Science and Business (IJSSB) menunjukkan korelasi positif antara literasi digital kuat dengan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha (Srikarsa et al., 2024). Perbedaan tajam antar wilayah, kelompok usia, dan sektor usaha, misalnya, UMKM yang dijalankan oleh generasi tua di daerah non-perkotaan versus generasi muda di kota besar, memperlebar jurang digital, yang bukan hanya teknis tetapi juga struktural dan sosial-ekonomi. Penelitian oleh (Zahoor et al., 2023) memperkuat bahwa factor demografis dan ekosistem local sangat memengaruhi seberapa cepat dan efektif UMKM dapat mengadopsi inovasi digital. Akibatnya, UMKM yang tidak mengikuti digitalisasi berisiko tertinggal dalam daya saing, efisiensi, dan akses pasar.

Dengan percepatan perubahan teknologi, peningkatan literasi digital UMKM mendesak. Namun, upaya ini harus kontekstual, mempertimbangkan karakteristik lokal, sumber daya, dan kesiapan usaha. Strategi seperti pelatihan berbasis kebutuhan, pendampingan jangka panjang, dan ekosistem digital inklusif dapat mengintegrasikan literasi dengan inovasi digital, mentransformasi perilaku ekonomi UMKM dari bertahan hidup menjadi berorientasi pertumbuhan berkelanjutan. Berdasarkan konteks ini, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut, bagaimana kesenjangan literasi digital mempengaruhi penggunaan teknologi dan perilaku ekonomi UMKM berdasarkan penjelasan teori inovasi digital, bagaimana dampak kesenjangan literasi digital terhadap produktivitas pasar dan ketahanan ekonomi UMKM serta hambatannya berdasarkan teori inovasi digital, serta bagaimana kesenjangan literasi digital menyebabkan perbedaan perilaku ekonomi antar UMKM berliterasi tinggi dan rendah serta implikasinya untuk inovasi digital berdasar teori inovasi digital.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Definisi Literasi Digital dan Dimensi-dimensinya

Literasi digital mencakup kemampuan individu atau organisasi untuk mengakses, memahami, menggunakan, memanfaatkan, dan mengkreasi konten digital. Dalam konteks UMKM, literasi digital bukan hanya soal memiliki perangkat atau koneksi internet, tetapi juga kemampuan operasional dalam menggunakan teknologi (misalnya dalam pemasaran digital, keuangan digital, pengelolaan data) dan kemampuan melihat peluang inovasi melalui teknologi. Studi Systematic Literature Review oleh Indira Oktavianti & Budi Eko Soetjipto (2025) menegaskan bahwa *digital literacy* mempengaruhi performa UMKM melalui adopsi platform digital seperti *e-commerce*, dan bahwa kendala terutama terletak pada sumber daya (*resources*) dan kemampuan pengelolaan teknologi. (Oktavianti & Budi Eko Soetjipto, 2025)

### Teori Inovasi Digital/ Diffusion of Innovations sebagai kerangka teori

Teori Inovasi Digital, yang sering disebut sebagai *Diffusion of Innovations*, dikembangkan oleh Everett M. Rogers dalam bukunya *Diffusion of Innovations* (edisi kelima, 2003), sebagai kerangka untuk memahami bagaimana inovasi teknologi menyebar dalam sistem sosial. Menurut Rogers, difusi inovasi melibatkan empat elemen utama : inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu (kecepatan adopsi), dan sistem sosial. Adopsi inovasi oleh individu atau organisasi tergantung pada lima atribut utama: *relative advantage* (manfaat relatif dibanding alternatif), *compatibility* (kesesuaian dengan nilai dan praktik yang ada), *complexity* (tingkat kesulitan penggunaan), *trialability* (kemampuan untuk diuji dalam skala kecil), dan *observability* (kemampuan untuk melihat hasilnya). Teori ini telah diadaptasi dalam konteks teknologi informasi oleh Shantika et al. (2022), yang menekankan perannya dalam mendukung adopsi inovasi digital di lingkungan bisnis, termasuk UMKM.

## Hubungan Antara Literasi Digital dan Perilaku Ekonomi UMKM

Penelitian-penelitian empiris di Indonesia menunjukkan bahwa literasi digital berkorelasi positif dengan aspek-perilaku ekonomi UMKM seperti adopsi teknologi digital (*e-commerce*, media sosial, *fintech*), produktivitas, dan daya saing. Misalnya Penelitian “Digital Literacy Skills in Improving the Performance of MSMEs in Indonesia : A Systematic Literature Review” mengulas bahwa literasi digital adalah variabel kunci dalam fase adopsi digital dan transformasi usaha, tetapi banyak UMKM yang masih terbatas dalam *capacity* untuk melakukan kreasi serta inovasi digital. (Oktavianti & Budi Eko Soetjipto, 2025)

## Faktor Penyebab Kesenjangan Literasi Digital di UMKM

Berdasarkan literatur, beberapa faktor penyebab munculnya kesenjangan literasi digital di UMKM antara lain:

- Faktor Demografis : usia pemilik usaha, tingkat pendidikan, pengalaman TI. UMKM yang dikelola oleh pemilik yang lebih tua atau dengan pendidikan rendah cenderung memiliki literasi digital lebih rendah.
- Infrastruktur dan Akses Teknologi : koneksi internet yang tidak stabil atau mahal, kurangnya perangkat keras dan perangkat lunak yang memadai.
- Sumber Daya Finansial : kurangnya modal untuk membeli perangkat digital atau membayar layanan digital (*hosting*, *software*, konsultasi).
- Keterbatasan Pengetahuan dan Pelatihan : kurangnya pelatihan yang relevan, pendampingan, sumber belajar yang cocok secara lokal.
- Kebijakan dan Dukungan Institusi : regulasi, insentif pemerintah, dukungan pengembangan digital, kebijakan yang mempermudah adopsi teknologi.
- Kompleksitas dan Persepsi Risiko : pandangan bahwa teknologi sulit dipelajari, biaya tambahan, maupun kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data. Beberapa studi lokal mendukung faktor-faktor tersebut. Contohnya studi Banjarbaru (Implementation Gaps) mencatat bahwa meskipun penggunaan aplikasi komunikasi dan sosial media sangat tinggi, UMKM masih jauh tertinggal dalam aspek pengelolaan digital bisnis (seperti pembukuan digital)

## Dampak Kesenjangan Literasi Digital Terhadap Perilaku Ekonomi UMKM

kajian:

- Keterlambatan atau ketidakmampuan dalam adopsi teknologi baru (termasuk *e-commerce*, *fintech*, sistem keuangan digital), sehingga kehilangan peluang pasar yang lebih luas.
- Efisiensi operasional rendah, misalnya proses manual masih banyak digunakan, manajemen data sederhana, kurang adanya otomasi dan digitalisasi dalam proses internal.
- Produktivitas dan inovasi produk/servis terhambat : UMKM kurang mampu mengembangkan produk baru atau memperbaiki model bisnis karena kurangnya kemampuan menggunakan alat digital atau melihat peluang inovatif.
- Daya saing pasar lemah : UMKM yang tidak adaptif terhadap tren digital cenderung kalah bersaing dengan yang sudah mengadopsi teknologi, terutama di lingkungan yang semakin mengandalkan online dan digital.
- Formalisasi usaha dan akses ke lembaga keuangan digital bisa terganggu. Studi “Impact of Digital Literacy on Informality of MSMEs” menemukan bahwa literasi digital

berpengaruh pada formalitas usaha, yang berdampak pula pada kemampuan akses kredit dan legalitas usaha. (Sekarranti, 2025)

### Strategi/Model Inovasi Digital yang Efektif

Berdasarkan literatur, terdapat beberapa strategi dan model inovasi digital yang efektif untuk mengurangi kesenjangan literasi digital dan mendorong perubahan perilaku ekonomi UMKM :

- Pelatihan dan Pendampingan Kontekstual : bukan pelatihan umum, tetapi disesuaikan dengan sektor usaha, tingkat literasi awal, dan kebutuhan lokal.
- Model Inovasi Terbuka (Open Innovation) dan New Product Development sebagai mediator untuk mendorong daya inovasi. Studi Buleleng menunjukkan bahwa digital literacy, open innovation, pengembangan produk baru dapat meningkatkan keberlanjutan usaha. (Srikarsa et al., 2024)
- Pengembangan infrastruktur digital dan akses ke teknologi : pemerintah atau lembaga lokal harus menyediakan akses internet yang stabil, biaya terjangkau, perangkat yang memadai.
- Kolaborasi antar pihak : antara pemerintah, asosiasi UMKM, inkubator bisnis, penyedia teknologi, dan komunitas lokal. Dukungan kebijakan, insentif, dan regulasi yang memfasilitasi adopsi teknologi.
- Penerapan model bisnis inovatif dan adaptif : termasuk bisnis berbasis e-commerce, penggunaan media sosial, fintech, otomatisasi proses internal, diversifikasi kanal pemasaran digital.
- Ekosistem pendukung : budaya belajar, mentor, jejaring, dan sumber informasi yang mudah diakses agar UMKM merasa mampu dan didorong untuk terus belajar dan berinovasi.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### Metode Penelitian Kualitatif

Bagian kualitatif dari penelitian ini mengadopsi pendekatan fenomenologi interpretif dengan desain studi kasus ganda (*multi-case study*). Tujuannya adalah untuk menggali secara mendalam pengalaman 2 subyektif para pelaku UMKM terkait dengan kesenjangan literasi digital (KLD) dan bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi proses pengambilan keputusan ekonomi dan inovasi mereka. Pendekatan ini relevan karena dampak KLD bukan hanya masalah statistik, tetapi juga masalah persepsi, motivasi, dan kendala konteks yang hanya dapat dipahami melalui cerita dan narasi.

#### Metode Pengumpulan Data

Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interviews*) dengan panduan semi terstruktur. Wawancara berfokus pada tiga domain utama : (1) Pengalaman Pembelajaran Digital : Bagaimana responden memperoleh keterampilan digital dan tantangan yang dihadapi; (2) Persepsi Inovasi : Bagaimana responden memandang risiko (*complexity*) dan manfaat (*relative advantage*) dari teknologi digital baru sesuai kerangka Teori Inovasi Digital; dan (3) Keputusan Ekonomi : Proses pengambilan keputusan mereka terkait investasi *e-commerce*, *fintech*, atau pelatihan digital. Setiap sesi wawancara direkam digital (dengan persetujuan), dan durasi sesi berkisar antara 60 hingga 90 menit untuk memastikan kedalaman data. Selain wawancara, observasi informal terhadap lingkungan kerja UMKM dan artefak digital mereka (media sosial, tampilan *e-commerce*) juga dilakukan untuk triangulasi data.

### Analisis Data Kualitatif

Analisis data dilakukan menggunakan Analisis Tematik (mengikuti prosedur Braun & Clarke). Proses ini dimulai dengan transkripsi verbatim seluruh rekaman wawancara. Tahap selanjutnya adalah pengkodean (*coding*), yang melibatkan pembacaan berulang untuk menghasilkan kode - kode awal (*open coding*), yang kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema yang lebih luas (*axial coding*). Fokus utama analisis adalah mengidentifikasi mekanisme kausal yang menjelaskan temuan kualitatif, misalnya, menemukan narasi yang menjelaskan mengapa skor KLD yang rendah secara statistik menyebabkan rendahnya adopsi *e-commerce*. Tema-tema yang muncul akan dieksplorasi secara mendalam untuk mengungkap faktor-faktor penghambat non-teknis, seperti ketidakpercayaan (*trust issues*), kecemasan digital (*digital anxiety*), atau keterbatasan waktu (*time constraints*), yang menjadi manifestasi dari KLD. Hasil tematik ini kemudian digunakan untuk memperkaya dan menjelaskan mengapa hubungan yang diamati secara kuantitatif terjadi, sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih kokoh.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian kualitatif diperoleh berdasarkan analisis tematik dari wawancara dan observasi,

yang mengungkap tiga tema utama terkait kesenjangan literasi digital (KLD) dan dampaknya pada perilaku ekonomi UMKM. Tema-tema ini dikelompokkan berdasarkan kelompok studi kasus : Kelompok KLD Rendah (hambatan tinggi) dan Kelompok KLD Tinggi (inovasi sukses).

- **Pengalaman Pembelajaran Digital dan Tantangan Akses**  
Responden di kelompok KLD rendah melaporkan pengalaman pembelajaran digital yang terbatas, sering melalui kursus online gratis atau bantuan keluarga muda, namun dihambat oleh koneksi internet tidak stabil dan biaya perangkat tinggi. Sebaliknya, kelompok KLD tinggi memperoleh keterampilan melalui platform seperti YouTube dan workshop formal, dengan akses infrastruktur yang lebih baik. Observasi menunjukkan bahwa UMKM KLD rendah masih menggunakan metode manual untuk pembukuan, sedangkan yang tinggi mengadopsi aplikasi seperti QuickBooks.
- **Persepsi Inovasi dan Adopsi Teknologi**  
Persepsi risiko (*complexity*) tinggi muncul di kelompok KLD rendah, di mana responden melihat teknologi digital seperti *e-commerce* sebagai "sulit dan berisiko" karena kurangnya pemahaman, menyebabkan resistensi terhadap perubahan. Kelompok KLD tinggi memandang manfaat relatif (*relative advantage*) lebih besar, seperti efisiensi waktu dan akses pasar luas, sehingga lebih cepat mengadopsi *fintech* seperti QRIS. Observasi artefak digital menunjukkan bahwa UMKM KLD tinggi memiliki tampilan *e-commerce* aktif seperti di aplikasi belanja online, Shopee, sedangkan yang rendah hanya menggunakan media sosial pasif untuk promosi.
- **Keputusan Ekonomi dan Perilaku Inovasi**  
Proses pengambilan keputusan ekonomi di kelompok KLD rendah lamban, dengan investasi terbatas pada perangkat dasar dan enggan terhadap pelatihan digital karena kekhawatiran biaya tambahan. Kelompok KLD tinggi lebih fleksibel, mengalokasikan anggaran untuk *e-commerce* dan *fintech*, yang meningkatkan produktivitas. Tema non-teknis seperti kecemasan digital (*digital anxiety*) dan keterbatasan waktu muncul sebagai penghambat utama di kelompok rendah, sedangkan motivasi pertumbuhan mendorong inovasi di kelompok tinggi.

## Pembahasan

Pembahasan ini menganalisis temuan di atas dengan mengaitkannya pada Teori Inovasi Digital (Rogers, 2003), yang menekankan atribut inovasi seperti *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability* sebagai penentu adopsi teknologi. Temuan kualitatif memperkaya pemahaman kesenjangan literasi digital (KLD) sebagai mediator utama dalam difusi inovasi, sesuai dengan adaptasi Shantika et al. (2022). Data UMKM dari BRIN 2024 (66 juta unit, PDB 61,07%) dan IMDI 2022-2023 (skor 37,8) diperkuat oleh narasi responden, menunjukkan bahwa KLD rendah berkontribusi pada stagnasi produktivitas per unit usaha melalui hambatan dalam atribut teori.

- Pengaruh KLD terhadap Penggunaan Teknologi dan Perilaku Ekonomi UMKM

Temuan menunjukkan bahwa KLD rendah menyebabkan hambatan dalam atribut *complexity dan trialability* (Rogers, 2003), sehingga UMKM lamban mengadopsi teknologi. Perilaku ekonomi ini mempengaruhi kegiatan ekonomi sekarang dengan meningkatkan ketergantungan pada pasar lokal dan risiko kebangkrutan, seperti yang diamati di kelompok rendah. Sebaliknya, KLD tinggi mendorong *relative advantage* dan *compatibility*, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing global, yang berkontribusi pada PDB nasional melalui pertumbuhan ekspor UMKM (16% berdasarkan BRIN).

- Dampak terhadap Produktivitas Pasar, Ketahanan Ekonomi, dan Hambatan

KLD rendah menghambat produktivitas pasar karena kurangnya adopsi *e-commerce*, seperti kehilangan peluang online selama pandemi, akibat *observability* rendah (Rogers, 2003). Ketahanan ekonomi UMKM terganggu oleh formalitas usaha yang rendah (Sekarranti, 2025), dan membatasi akses kredit digital. Hambatan utama pada inovasi digital meliputi faktor demografis (usia tua), infrastruktur (internet mahal), dan persepsi risiko, yang memperlebar jurang digital antar wilayah. Temuan ini konsisten dengan literatur (Zahoor et al., 2023), di mana KLD sebagai variabel kunci memperlambat difusi inovasi berdasarkan atribut teori.

- Perbedaan Perilaku Antar UMKM dan Implikasi untuk Inovasi Digital

Perbedaan perilaku jelas : UMKM KLD tinggi lebih inovatif (*compatibility* dan *trialability* tinggi), sedangkan rendah lebih konservatif (*complexity* tinggi, Rogers, 2003). Ini menyebabkan kesenjangan dalam inovasi digital, dengan implikasi seperti peningkatan daya saing untuk kelompok tinggi dan stagnasi untuk rendah. Perilaku ini mempengaruhi kegiatan ekonomi sekarang melalui transformasi dari usaha bertahan hidup menjadi berorientasi pertumbuhan, seperti diversifikasi produk digital.

- Contoh Digitalisasi UMKM Baik dan Kurang Baik/Sederhana

- a) UMKM dengan Digitalisasi Baik

Tenant UMKM kuliner di Food Fest Purwokerto:

Food Fest Purwokerto adalah pusat kuliner di Purwokerto dengan dominasi tenannya sudah mampu dan mengadopsi digitalisasi terutama pada tiga aspek utama, yaitu :

1. Pemasaran atau penjualan melalui platfor digital (pesan-antar online) seperti aplikasi GoFood/ShopeeFood.
2. Pembayaran digital yaitu penggunaan QRIS dan e-wallet sebagai alat transaksi.
3. Promosi aktif melalui sosial media untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

Namun, digitalisasi juga memiliki tantangan tersendiri, seperti biaya promosi,

perbedaan literasi digital antar tenant, persaingan internal semakin ketat, serta ketergantungan pada algoritma platform aplikasi online. Meskipun demikian, Food Fest Purwokerto sudah relatif maju dalam digitalisasi usaha mereka dengan memanfaatkan berbagai platform digital.

b) UMKM dengan Digitalisasi Kurang Baik/Sederhana

Petis Enthog Ibu Saraswati di Kecamatan Sumpiuh (Banyumas)

Petis Enthog milik Ibu Saraswati pada dasarnya sudah menggunakan digitalisasi pada pemasaran produknya, namun masih sangat sederhana jika dibandingkan dengan UMKM di Food Fest Purwokerto. Beberapa strategi digital yang dipakai di Petis Enthog Ibu Saraswati, sebagai berikut:

1. Via Pesan aplikasi WhatsApp
2. Sistem manual Pre-Order

Digitalisasi yang digunakan oleh Petis Enthog Ibu Saraswati masih dengan system yang sederhana sehingga jangkauan pasar dan skala marketing digital nya terbatas. Sehingga, UMKM ini masih pada tahap yang sangat dasar dalam pengaplikasian digitalisasi.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesenjangan literasi digital (KLD) mempengaruhi perilaku ekonomi UMKM melalui Teori Inovasi Digital (Rogers, 2003), di mana KLD rendah menghambat adopsi teknologi akibat *complexity* dan *trialability* tinggi, menyebabkan perilaku konservatif dan ketergantungan pada pasar lokal. Sebaliknya, KLD tinggi mendorong inovasi *via relative advantage* dan *compatibility*, meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kontribusi PDB (61,07%). Temuan kualitatif mengonfirmasi hambatan non-teknis seperti kecemasan digital, memperlebar jurang digital antar kelompok UMKM.

Implikasi praktis meliputi risiko stagnasi produktivitas dan ekspor UMKM (16%), dengan tantangan infrastruktur dan resistensi budaya. Rekomendasi meliputi pelatihan kontekstual dan kolaborasi pemerintah-UMKM untuk mendorong inovasi digital. Penelitian lanjutan kuantitatif diperlukan untuk generalisasi, mendukung transformasi ekonomi UMKM yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). (2025). BRIN soroti rendahnya adopsi teknologi digital oleh UMKM Indonesia. <https://www.brin.go.id/news/124058/brin-soroti-rendahnya-adopsi-teknologi-digital-oleh-umkm-indonesia>
- [2] Badan Pengembangan Sumber Daya Komunikasi dan Digital. (2024). Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2022-2023 [Dataset]. Satu Data Komdigi. <https://data.komdigi.go.id/opendata/dataset/indeks-masyarakat-digital-indonesia-imdi>
- [3] Ekonomi Indonesia, I. S. (2024). Ekosistem digitalisasi UMKM.
- [4] Gunawan Wibowo, Y. (2021). Analisa literasi digital usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) makanan Islami dalam kemasan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 127-134. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/5072>
- [5] Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 104. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>
- [6] Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The influence of e-payment and e-commerce services on supply chain performance: Implications of open innovation and

- solutions for the digitalization of MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- [7] Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi literatur digitalisasi UMKM di era Masyarakat 5.0: Strategi dan faktor. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 7, 1050-1079. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- [8] Nugraheni, A. (2025). Optimalisasi platform digital memperkuat pasar UMKM. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/artikel/optimalisasi-platform-digital-memperkuat-pasar-umkm>
- [9] Oktavianti, I., & Soetjipto, B. E. (2025). Digital literacy skills in improving the performance of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 2(2), 76-80. <https://doi.org/10.61132/ijems.v2i2.662>
- [10] Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.).
- [11] Sekarranti, L. T. (2025). Impact of digital literacy on informality of MSMEs. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*, 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.11594/jesi.05.01.01>
- [12] Shantika, et al. (2022). Analisis adopsi inovasi teknologi informasi dompet digital DANA menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). *Journal Information System & Artificial Intelligence*, 2(2). <https://doi.org/10.26486/jisai.v2i2.80>
- [13] Srikarsa, N., Gorda, A. A. N. E. S., & Pasek, G. W. (2024). The influence of open innovation and digital literacy on business sustainability with new product development as an intervening variable in leading UMKM in Buleleng District. *International Journal of Social Science and Business*, 8(2), 283-289. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i2.77056>
- [14] Wahasumiah, R., Herawati, N., & Harapan, E. (2025). Pendampingan literasi digital untuk UMKM: Penerapan pembayaran digital dalam meningkatkan daya saing bisnis. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 3.
- [15] Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159, 113755. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>