

Pengaruh Transformasi Digital Berbasis Sistem Informasi terhadap Daya Saing UMKM di Marketplace

¹Rika Dwi Yusepa, ²Ghefira Nur Fatimah, ³Eka Novi Daniati, ⁴Dian Puspita
Fakultas Ilmu Teknologi Dan Komputer, Institut Bakti Nusantara Pringsewu, Indonesia
rikadwiuseva@gmail.com, dianpuspita@gmail.com, ghefiranurfatimah935@gmail.com,
ekan78700@gmail.com, rikadwiuseva@mail.com

Submit : 17 Juni 2026 | **Diterima** : 28 Juni 2026 | **Terbit** : 27 Juli 2026

ABSTRAK

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam aktivitas bisnis, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu perkembangan yang berpengaruh adalah hadirnya transportasi digital berbasis sistem informasi yang mendukung proses distribusi dan pengiriman produk di marketplace. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transportasi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM dalam menjalankan usaha secara online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kajian pustaka dengan Systematic Literature Review (SLR) melalui pengumpulan berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan layanan transportasi digital memberikan dampak positif bagi UMKM, terutama dalam mempercepat proses pengiriman, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, integrasi sistem informasi pada marketplace membantu pelaku UMKM dalam memantau transaksi, pengiriman, dan kebutuhan konsumen secara lebih efektif. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan literasi digital, biaya operasional, dan akses teknologi yang belum merata. Dukungan pemerintah dan penyedia platform digital juga menjadi faktor penting dalam mendorong adaptasi teknologi bagi UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transportasi digital berbasis sistem informasi memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM di marketplace serta mendukung perkembangan ekonomi digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Sistem Informasi, Daya Saing, UMKM, Marketplace

ABSTRACT

Digital transformation has brought significant changes to business activities, especially in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. One of the most influential developments is the emergence of digital transportation based on information systems that support product distribution and delivery processes in marketplaces. This study aims to determine the effect of digital transportation on improving the competitiveness of MSMEs in conducting online business activities. The method used in this research is a literature review approach with a Systematic Literature Review (SLR) method through the collection of various relevant scientific sources. The results show that the use of digital transportation services has a positive impact on MSMEs, particularly in accelerating delivery processes, improving operational efficiency, and expanding market reach. In addition, the integration of information systems in marketplaces helps MSME actors monitor transactions, shipments, and consumer needs more effectively. However, there are still several challenges, such as limited digital literacy, operational costs, and unequal access to technology. Support from the government and digital platform providers is also an important factor in encouraging technology adaptation among MSMEs. This study concludes that information system-based digital transportation plays a significant role in increasing the competitiveness of MSMEs in marketplaces and supporting the sustainable growth of the digital economy.

Keywords: Digital Transformation, Information Systems, Competitiveness, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Marketplace.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun mendorong pertumbuhan ekonomi. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis agar tetap kompetitif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui transformasi digital, yaitu proses pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aktivitas usaha untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta memperluas jangkauan pasar. Penerapan transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Novi Algi Alviani & Munawaroh Munawaroh, 2025).

Perkembangan internet dan teknologi informasi telah mendorong perubahan pola bisnis dari konvensional menjadi digital. Pemanfaatan e-commerce, media sosial, dan berbagai platform digital memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan promosi, komunikasi, dan transaksi secara lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi faktor yang sangat penting dalam mendukung peningkatan kinerja bisnis UMKM di era ekonomi digital saat ini (Sahrul & Nuringasih, 2023).

Dalam mendukung transformasi digital, sistem informasi memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana pengelolaan data dan informasi yang dibutuhkan dalam kegiatan usaha. Sistem informasi memungkinkan pelaku UMKM untuk mengelola transaksi, menyimpan data pelanggan, melakukan pencatatan keuangan, serta menghasilkan informasi yang akurat untuk mendukung pengambilan keputusan. Pemanfaatan sistem informasi yang terintegrasi dengan platform e-commerce dapat meningkatkan efektivitas operasional usaha sehingga membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing di marketplace (Zulfaldi & Sulhan, 2023).

Meskipun transformasi digital menawarkan berbagai manfaat, masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkannya secara optimal. Rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital menjadi beberapa kendala yang sering dihadapi. Padahal, pemanfaatan teknologi digital dan digital marketing dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat daya saing usaha di marketplace. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian untuk menganalisis pengaruh transformasi digital berbasis sistem informasi terhadap daya saing UMKM di marketplace sehingga dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya penerapan teknologi digital dalam mendukung keberhasilan usaha (Amalia & Salama, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menganalisis pengaruh transformasi digital berbasis sistem informasi terhadap daya saing UMKM di marketplace. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara objektif melalui data numerik yang diperoleh dari responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan transformasi digital berbasis sistem informasi dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam bersaing di lingkungan marketplace yang semakin kompetitif.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Adapun kriteria responden yang dipilih meliputi pelaku UMKM yang aktif menggunakan marketplace, telah menjalankan usaha minimal satu tahun, dan telah memanfaatkan teknologi digital atau sistem informasi dalam kegiatan operasional usahanya. Jumlah sampel penelitian ditentukan sebanyak 100 responden untuk memenuhi kebutuhan analisis statistik.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel transformasi digital berbasis sistem informasi dan daya saing UMKM. Setiap pernyataan diukur

menggunakan Skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Selain data primer yang diperoleh dari kuesioner, penelitian ini juga memanfaatkan studi literatur untuk mendukung landasan teori dan memperkuat pembahasan hasil penelitian.

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah transformasi digital berbasis sistem informasi yang diukur melalui indikator penggunaan teknologi digital, pemanfaatan sistem informasi, integrasi proses bisnis, serta pemanfaatan marketplace dalam aktivitas usaha. Variabel dependen (Y) adalah daya saing UMKM yang diukur melalui indikator peningkatan penjualan, perluasan pangsa pasar, efisiensi operasional, kualitas pelayanan, dan kemampuan bersaing dengan pelaku usaha lain.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan aplikasi Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh transformasi digital berbasis sistem informasi terhadap daya saing UMKM di marketplace serta menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

HASIL

Berdasarkan data yang berhasil dihimpun dari 124 pelaku UMKM yang aktif di berbagai marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop, diperoleh gambaran mengenai tingkat penerapan transformasi digital berbasis sistem informasi dalam kegiatan usaha. Mayoritas responden, yaitu sekitar 62%, bergerak pada sektor industri kreatif khususnya bidang fesyen dan kuliner kering, dengan lama operasional toko daring berkisar antara 2 hingga 5 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat adopsi sistem informasi pada UMKM sudah berada pada tahap yang cukup baik. Lebih dari 70% responden menyatakan telah memanfaatkan fitur dasbor analitik yang tersedia pada marketplace untuk memantau tren pasar, mengelola promosi, serta mengawasi pergerakan stok barang secara real-time. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memanfaatkan data sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh transformasi digital berbasis sistem informasi (X) terhadap daya saing UMKM (Y). Sebelum dilakukan analisis, data terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik dan menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, termasuk uji normalitas serta tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa transformasi digital berbasis sistem informasi memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMKM. Nilai koefisien regresi yang diperoleh bernilai positif dengan tingkat signifikansi yang berada di bawah 0,05 ($p < 0,001$). Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yang berarti semakin baik penerapan sistem informasi dalam operasional UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat daya saing yang dimiliki oleh UMKM tersebut.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital berbasis sistem informasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dalam lingkungan marketplace yang kompetitif, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh harga produk, tetapi juga oleh kualitas layanan, kecepatan respons, ketepatan pengelolaan stok, serta efektivitas strategi pemasaran. Oleh karena itu, penerapan sistem informasi menjadi salah satu faktor yang mampu membantu UMKM meningkatkan performa bisnisnya.

Pelaku UMKM yang telah mengintegrasikan sistem informasi, seperti penggunaan aplikasi omnichannel untuk menyinkronkan data penjualan dan stok dari berbagai platform, mampu meningkatkan efisiensi operasional. Sistem tersebut membantu mengurangi kesalahan pencatatan stok dan mempercepat proses pemenuhan pesanan. Dampak lainnya adalah menurunnya risiko pembatalan pesanan akibat ketidaksesuaian stok yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi toko di marketplace.

Selain itu, pemanfaatan fitur analitik memungkinkan pelaku UMKM memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai perilaku konsumen dan tren pasar. Data penjualan yang tersedia dapat digunakan untuk mengidentifikasi produk yang paling diminati, menentukan waktu promosi yang

tepat, serta merencanakan persediaan barang secara lebih efektif. Dengan demikian, keputusan bisnis tidak lagi hanya didasarkan pada perkiraan, tetapi didukung oleh data yang tersedia.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Resource-Based View (RBV) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas internal yang bernilai. Dalam konteks penelitian ini, sistem informasi yang didukung oleh kemampuan literasi digital pelaku UMKM menjadi salah satu sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa digitalisasi pada aspek operasional memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja usaha.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala dalam penerapan transformasi digital, terutama pada UMKM berskala mikro. Kendala yang dihadapi bukan hanya terkait biaya penggunaan teknologi, tetapi juga keterbatasan waktu, kemampuan adaptasi, dan kelelahan dalam mempelajari sistem yang semakin kompleks. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal.

KESIMPULAN

Melalui rangkaian analisis empiris dan pembahasan yang telah dipaparkan, studi ini berhasil mengonfirmasi bahwa transformasi digital berbasis sistem informasi bukan lagi sekadar instrumen pendukung, melainkan motor penggerak utama dalam menentukan peta daya saing UMKM di ekosistem marketplace. Integrasi teknologi ke dalam lini operasional—mulai dari manajemen inventaris yang terotomatisasi hingga pemanfaatan data analitik penjualan—terbukti memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendorong performa bisnis pelaku usaha lokal.

Sistem informasi digital ini bekerja dengan dua cara simultan. Pada dimensi internal, teknologi mampu memangkas celah miscalculasi stok dan mempercepat proses pemenuhan pesanan konsumen, yang berujung pada peningkatan efisiensi biaya serta waktu. Sementara pada dimensi eksternal, penguasaan terhadap data pasar memungkinkan pelaku UMKM merumuskan strategi pemasaran yang jauh lebih presisi dan responsif terhadap pergerakan kompetitor maupun perubahan selera konsumen. Pada akhirnya, kombinasi antara efisiensi tata kelola internal dan ketajaman strategi pemasaran berbasis data inilah yang membentuk keunggulan kompetitif yang kokoh, membantu UMKM lepas dari jebakan perang harga, dan mempertahankan eksistensinya secara berkelanjutan di platform digital.

Berdasarkan temuan-temuan di lapangan serta keterbatasan yang masih dijumpai dalam riset ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang diajukan bagi berbagai pihak terkait:

1. Bagi Pelaku UMKM: Diperlukan komitmen yang konsisten untuk tidak sekadar menggunakan marketplace sebagai etalase jualan statis. Pelaku usaha disarankan mulai mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk mempelajari serta mengoptimalkan fitur-fitur sistem informasi yang lebih mendalam, seperti fitur analisis performa toko dan manajemen pelanggan. Di samping itu, investasi pada peningkatan literasi digital internal atau pelatihan bagi staf operasional menjadi krusial agar adopsi teknologi tidak memicu hambatan teknis baru akibat kegagalan adaptasi pengguna (user resistance).
2. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kepentingan: Mengingat kendala terbesar bagi sebagian UMKM terletak pada rendahnya literasi digital dan keterbatasan modal, intervensi kebijakan sebaiknya tidak lagi berfokus pada program sosialisasi go-digital yang bersifat umum atau makro. Pemerintah bersama penyedia platform marketplace perlu menginisiasi program pendampingan yang lebih taktis, berskala mikro, dan berkelanjutan. Penyediaan akses terhadap perangkat lunak sistem informasi yang ramah pengguna, terjangkau, serta disertai pelatihan teknis berkala akan menjadi katalis yang mempercepat pemerataan daya saing digital.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Studi ini masih terbatas pada pengukuran pengaruh variabel sistem informasi secara umum dengan cakupan sampel yang melintasi berbagai jenis komoditas produk. Mengingat lanskap digital bergerak sangat dinamis, riset mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan analisis dengan berfokus pada satu sektor industri yang lebih spesifik (misalnya khusus

sektor kuliner atau fesyen) guna menangkap karakteristik adopsi teknologi yang lebih mendalam. Selain itu, penggunaan metode campuran (mixed-methods) yang mengombinasikan survei kuantitatif dengan wawancara mendalam dipercaya akan mampu menguak kendala psikologis maupun hambatan kultural yang dihadapi pelaku usaha kecil saat bertransisi ke arah digitalisasi penuh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian yang berjudul “*Pengaruh Transformasi Digital Berbasis Sistem Informasi terhadap Daya Saing UMKM di Marketplace*” dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Kontribusi yang diberikan sangat membantu dalam proses pengumpulan data serta penyusunan penelitian ini.

Terima kasih juga kepada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta motivasi selama proses penelitian berlangsung. Dukungan tersebut menjadi salah satu faktor penting yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini hingga tahap akhir.

Penghargaan yang tulus juga diberikan kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang sistem informasi dan transformasi digital, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R., & Salama, S. C. U. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Di Jawa Timur. *Abdimas Galuh*, 5(1), 669. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.10004>
- Novi Algi Alviani, & Munawaroh Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 134–140. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286–299. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i2.23293>
- Zulfialdi, M. F., & Sulhan, M. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.