

Peluang dan Tantangan UMKM di Era Digital dan Perkembangan AI

Reni Yulia Safitri

Akademi Bisnis Lombok

Abstract: Digitalization and the development of AI have brought many changes in various sectors, including micro, small, and medium enterprises (UMKM), where UMKM need to utilize digitalization and AI development to improve performance in order to compete with other sectors, but not all UMKM are able to implement digitalization and AI development so this study aims to see and analyze the opportunities and challenges faced by UMKM in the digital era and the development of AI with qualitative research methods and data collection techniques, namely library studies. UMKM feel the opportunity for effective and global marketing and on target. But on the other hand, digitalization and AI development also bring challenges for UMKM, namely UMKM competition on the platform is very tight, adaptation and changes in consumer behavior.

Keywords: UMKM Opportunities; UMKM Challenges; Digital

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu motor penggerak perekonomian di Indonesia dan cukup berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. UMKM nasional bisa dikatakan yang berperan besar, dan merupakan penopang kelancaran dan stabilitas perekonomian nasional Indonesia. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar, namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian negara tidak dapat diragukan, Memasuki awal 2026, struktur ekonomi Indonesia tetap didominasi usaha mikro (97,6%) dan UMKM menjadi pemasok utama program dapur Makan Bergizi Gratis (MBG), dengan data awal 2026 mencatat 26.899 UMKM terlibat. Perkembangan AI dan digital pelaku UMKM.

UMKM merupakan hal yang sangat penting bagi ekonomi negara, karena mereka di anggap sebagai yang paling mampu bertahan menghadapi persaingan bisnis dan krisis ekonomi. Perkembangan ekonomi di Indonesia di topan oleh berbagai sektor, yang dimana sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran yang sangat signifikan. Walaupun UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, namun sangat di sayangkan masih ada berbagai tantangan yang sering dijumpai oleh pelaku usaha di sektor UMKM. Tantangan utama pada UMKM mencakup keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM, kurangnya akses terhadap pelatihan digital, serta lemahnya daya saing produk lokal di tengah masuknya produk dari luar melalui e-commerce, hal ini menjadi salah satu tantangan yang cukup besar bagi pelaku UMKM.

Dengan adanya Perkembangan digital dan AI pelaku UMKM dapat menekankan strategi hemat biaya, digital marketing, dan pemanfaatan AI untuk perkembangan dari usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini. Akan tetapi dalam hal ini tidak lepas dari adanya tantangan dan peluang yang di hadapi oleh UMKM tersebut di era digital dan pemanfaatan AI. Dengan ini peneliti akan membahas terkait dengan peluang dan tantangan yang di hadapi oleh pelaku UMKM di era digital dan seiring dengan adanya perkembangan AI yang marak terus berkembang di kalangan pelaku UMKM dan Masyarakat pada umumnya.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu Kualitatif yang membahas terkait dengan peluang dan tantangan UMKM di era digital dan pengembangan AI, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini (Data Deskriptif) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu fenomena.

Teknik pengumpulan data dari internet adalah teknik studi pustaka online (*online library research*), internet searching, atau digital research methods yang bertujuan mencari dan menghimpun informasi relevan dari situs web resmi, jurnal elektronik, dan dokumen digital lainnya yang berkaitan dengan tantangan dan peluang UMKM di era digital dan perkembangan AI.

Teknik analisis data adalah metode sistematis untuk mengumpulkan, memproses, dan menginterpretasikan informasi digital (teks, gambar, perilaku pengguna) guna menemukan pola, tren, atau wawasan bermakna.

Hasil dan Pembahasan

Peluang UMKM di Era Digital dan Perkembangan AI

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dikelola oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memiliki aset dan pendapatan tertentu sesuai dengan regulasi pemerintah. UMKM berperan dalam mendukung perekonomian bagi masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat pada umumnya. Tambunan (2011) mendefinisikan UMKM sebagai usaha yang dikelola secara sederhana dan memiliki karakteristik fleksibel serta mudah beradaptasi dengan pasar lokal. Digitalisasi dan AI dapat membantu UMKM untuk mempercepat proses bisnis, meningkatkan efisiensi, dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pelanggan dan pasar. Dengan adanya Digital dan perkembangan AI dapat menjadi peluang yang cukup signifikan untuk perkembangan UMKM di masa saat ini. Peluang yang dapat di manfaatkan oleh UMKM saat ini di era Digital dan perkembangan AI Adalah meningkatkan pemasaran dan jangkauan pasar, dengan adanya digitalisasi dan AI sangat memungkinkan UMKM melakukan pemasaran secara efektif dan tepat sasaran, pemanfaatan yang dapat di rasakan oleh UMKM dari digitalisasi dan perkembangan AI yaitu :

- a. Menargetkan iklan berdasarkan perilaku dari konsumen, yang mana hal ini dapat dilakukn oleh pelaku UMKM untuk menarik konsumen yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.
- b. Meningkatkan platfom online, yang mana dengan adanya platfom online dapat memudahkan pemasaran yang efektif dengan jangkauan yang lebih luas.

Pemasaran digital dan perkembangan AI memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membantu meminimalisasi terkait dengan biaya oprasional cabang secara fisik dan juga dapat memperluas jangkauan bisnis.

Peningkatan pengalaman pelanggan juga merupakan salah satu faktor penting bagi pelanggan, dengan digitalisasi dan perkembangan AI dapat memahami kebutuhan pelanggan secara baik analisis data interaksi atau umpan balik pelanggan. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan adanya digitalisasi dan perkembangan AI dapat menyediakan pelayanan yang dapat di akses kapan saja. Dengan menggunakan analisis data UMKM dapat melihat tren pencarian produk melalui E-commerce atau di media sosial sehingga dapat menyesuaikan setrategi bisnis yang yang lebih tetap dan efektif.

Adaptasi dan inovasi produk bagi UMKM, dengan pemanfaatan digitalisasi dan perkembangan AI, melalui analisis data UMKM dapat mengidentifikasi produk mana saja yang lebih diminati oleh pelanggan dan begitu juga sebaliknya, dan dapat menyesuaikan produk yang diinginkan pelanggan.

Tantangan UMKM di Era Digital dan Perkembangan AI

Meskipun banyak sekali peluang yang untuk UMKM di era digital dan perkembangan AI hal ini tak luput dari adanya tantangan yang di hadapi oleh UMKM, Adapun tantangannya :

- a. Persaingan UMKM di platfom sangat ketat, sehingga UMKM perlu memiliki stategi yang tepat untuk menunjukkan layanan dan produknya agar dapat bersaing dengan produk-produk lainnya. Akan tetapi tidak hanya bersaing dengan pelaku UMKM saja bahkan dengan brand yang besar sehingga prduk yang di dihasilkan UMKM harus lebih kreatif.
- b. Kepercayaan dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi pelaku UMKM, perlu adanya keamanan dan kualitas produk yang baik dengan tujuan membangun kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan bagi UMKM.

- c. Adaptasi pada Perubahan Perilaku Konsumen, UMKM perlu beradaptasi karena konsumen saat ini semakin mengutamakan terkait dengan kenyamanan dan review secara online untuk meyakinkan dirinya dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh UMKM.

Memaksimalkan media sosial dan menguasai platform merupakan salahsatu cara untuk mengurangi tantangan yang berkaitan dengan digitalisasi dan perkembangan AI, dan perlunya interaksi yang aktif untuk meningkatkan kepercayaan terhadap pelanggan.

KESIMPULAN

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dikelola oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memiliki aset dan pendapatan tertentu sesuai dengan regulasi pemerintah. UMKM berperan dalam mendukung perekonomian bagi masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat pada umumnya.

Peluang dan tantangan yang di hadapi UMKM di era Digital dan perkembangan AI Adalah meningkatkan pemasaran dan jangkauan pasar, dengan adanya digitalisasi dan AI sangat memungkinkan UMKM melakukan pemasaran secara efektif dan tepat sasaran sedangkan tantangannya Persaingan UMKM di platfom sangat ketat, Kepercayaan dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi pelaku UMKM, perlu adanya keamanan dan kualitas produk yang baik, dan Adaptasi pada Perubahan Perilaku Konsumen.

SARAN

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variable dan diharapkan penelitian berikutnya dapat mengatasi keterbatasan yang ada pada studi ini dan dapat memberikan Solusi yang efektif untuk mengatasi berbagai tantangan yang di hadap UMKM pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Suyadi dkk, Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau, *jurnal Ekonomi KIAT* Vol. 29, No. 1, Juni 2018
- Dewi Suryani Purba dkk, *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021
- Andrias Umbu T. Anabuni dkk, Peluang Dan Tantangan Umkm Di Era Digital: Solusi Praktis Untuk Masyarakat Amanuban Barat, Ho [Vol. 3 No. 4 \(2025\): Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan Volume 3 Nomor 4 \(April 2025 - June 2025\)](#)
- Fara Fasah Sanda dkk, jurnal.faaslibsmidia.co, *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan* Volume 2; Nomor 2 ; November2025 ; Page 124-128
- Aryoko Wibowo, Mar 7, 2025 <https://survey.id/portal/metode-penelitian-deskriptif-kualitatif-pengertian-jenis-dan-penerapannya>
- Intan Aulia Husnunnisa , Tantangan UMKM di Era Digital dan Solusi Mengatasinya, <https://www.ruangkerja.id/blog/tantangan-umkm-di-era-digital>, 9 Januari 2026
- Reno Hadi Sarjono, Langkah Tepat Digitalisasi UMKM dan Pemanfaatan Artificial Intelligence, <https://online.binus.ac.id/business-management/2024/12/02/978/#:~:text=AI%20dan%20digitalisasi%20memungkinkannya%20melakukan%20pemasaran%20secara%20lebih%20efektif%20dan%20tepat%20sasaran.>
- H. Suwatno, UMKM dan AI, 27 Feb 2025, <https://berita.upi.edu/umkm-dan-ai/>
- Dinda Rahma Juwita, Anik Nur Handayani, Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0, *Jurnal Inovasi Teknik dan Edukasi Teknologi*, 2(5), 2022, 249-255