

PERAN DIGITALISASI DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN BANYUMAS: SEBUAH *SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*

Sugiarto^{1*}, Agus Sunarmo², Agus Fатurokhman, Yusriyati Nur Farida⁴

¹Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

²Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

³Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

⁴Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

*Email Corresponding Author: sugiarto0906@unsoed.ac.id

Abstract

Digitalization has become one of the key strategies in the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, including in Banyumas Regency. Digital transformation is believed to enhance competitiveness, operational efficiency, market access, and business sustainability of MSMEs. This study aims to systematically review the role of digitalization in MSME development, with a specific focus on the regional context of Banyumas Regency. This research employs a Systematic Literature Review (SLR) method following the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) guidelines. Scientific articles were collected from national and international databases, including SINTA, Google Scholar, Scopus, and Web of Science, published between 2019 and 2024. The results indicate that digitalization plays a significant role in improving MSME marketing performance, financial management efficiency, financial inclusion, and business resilience. However, the implementation of digitalization still faces several challenges, such as limited digital literacy, inadequate technological infrastructure, and insufficient institutional support. These findings are expected to provide insights for local governments, academics, and MSME practitioners in formulating digital-based MSME development policies and strategies in Banyumas Regency.

Keywords: Digitalization; MSMEs; Banyumas Regency; Digital Transformation

Classification:
Empirical Paper

History:
Submitted:
December 31, 2025

Revised:
December 31, 2025

Accepted:
December 31, 2025

Citation: Sugiarto., Sunarmo, A., Fатurokhman, A., & Farida, Y. N. (2025). Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Banyumas: Sebuah *Systematic Literature Review*. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 4(2): 407-412.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional dan daerah di Indonesia. UMKM berperan signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal, termasuk di Kabupaten Banyumas. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyerap lebih dari 90% tenaga kerja dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto ([Tambunan, 2019](#)). Di tingkat daerah, UMKM menjadi instrumen strategis dalam pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi informasi, digitalisasi menjadi faktor penting dalam mendorong keberlanjutan dan daya saing UMKM. Digitalisasi UMKM mencakup pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek usaha, seperti pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, sistem pembayaran non-tunai, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta pemanfaatan media sosial untuk membangun hubungan dengan pelanggan ([OECD, 2021](#); [Susanti,](#)

2020). Transformasi digital tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengambilan keputusan usaha.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. [Kraus et al. \(2020\)](#) menegaskan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan fleksibilitas dan ketahanan bisnis, terutama dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan usaha. Studi di Indonesia juga menemukan bahwa penggunaan e-commerce dan digital marketing berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM ([Setiawan & Nurhadi, 2021](#)). Selain itu, pemanfaatan aplikasi keuangan digital membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas pencatatan keuangan dan akuntabilitas usaha ([Sari & Putra, 2022](#)).

Dalam konteks lokal, sejumlah penelitian dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman (FEB Unsoed) memberikan bukti empiris terkait adopsi digital UMKM di Kabupaten Banyumas. [Widianingsih dan Sunarmo \(2023\)](#) menemukan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap implementasi sistem informasi akuntansi pada UMKM. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa faktor perilaku dan kesiapan teknologi memengaruhi keputusan UMKM dalam mengadopsi e-commerce ([Widianingsih et al., 2015](#)). Sementara itu, [Primasari \(2022\)](#) menekankan pentingnya aplikasi keuangan digital dalam meningkatkan kualitas pengelolaan transaksi UMKM, dan [Fitrijati \(Krisnhoe\) \(2013\)](#) menggarisbawahi peran pengetahuan dan inovasi dalam menciptakan keunggulan bersaing UMKM di Banyumas.

Meskipun manfaat digitalisasi UMKM telah banyak dikaji, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta minimnya pendampingan dan dukungan kebijakan yang berkelanjutan ([Nugroho et al., 2021](#)). Selain itu, hasil penelitian terkait digitalisasi UMKM masih tersebar dan menggunakan pendekatan metodologis yang beragam, sehingga diperlukan sintesis literatur yang sistematis dan komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis peran digitalisasi dalam pengembangan UMKM melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR), dengan fokus implikasinya bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Banyumas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis berupa pemetaan temuan penelitian terdahulu serta kontribusi praktis bagi pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM berbasis digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA).

Strategi Pencarian Literatur

Pencarian artikel dilakukan pada basis data Google Scholar, SINTA, Scopus, dan Web of Science dengan kata kunci: *digitalisasi UMKM*, *digital transformation SMEs*, *UMKM digital*, *e-commerce UMKM*, dan *SMEs digitalization*. Artikel dibatasi pada publikasi tahun 2019–2024.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel jurnal terindeks SINTA/WoS/Scopus, (2) membahas digitalisasi atau transformasi digital UMKM, (3) menggunakan metode kualitatif, kuantitatif, atau *mixed methods*. Artikel yang tidak relevan dengan topik UMKM atau berupa prosiding non-jurnal dikecualikan.

Proses Seleksi dan Analisis Data

Proses seleksi dilakukan melalui tahap identifikasi, penyaringan judul dan abstrak, penilaian kelayakan teks penuh, serta inklusi akhir. Artikel terpilih dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi peran digitalisasi, manfaat, serta tantangan implementasinya pada UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan proses seleksi literatur menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), diperoleh sejumlah artikel yang relevan dari jurnal nasional terindeks SINTA serta jurnal internasional terindeks Scopus dan Web of Science. Artikel-artikel tersebut dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola temuan utama terkait peran digitalisasi dalam pengembangan UMKM.

Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM

Kajian menunjukkan bahwa digitalisasi berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. Pemanfaatan media sosial, digital marketing, dan platform e-commerce memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun hubungan yang lebih intensif dengan pelanggan ([Susanti, 2020](#); [Setiawan & Nurhadi, 2021](#)). Dari perspektif teori Resource-Based View (RBV), teknologi digital dapat dipandang sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan bersaing apabila dikelola secara efektif ([Barney, 1991](#)).

Penelitian internasional juga menegaskan bahwa adopsi teknologi digital berdampak positif terhadap pertumbuhan penjualan dan kinerja pemasaran UMKM ([Kraus et al., 2020](#)). Dalam konteks lokal, UMKM di Banyumas yang memanfaatkan marketplace dan media sosial cenderung lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen, terutama pascapandemi COVID-19.

Digitalisasi dan Efisiensi Pengelolaan UMKM

Temuan SLR menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi keuangan digital dan sistem informasi akuntansi sederhana membantu UMKM meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan. Aplikasi pencatatan keuangan digital memudahkan UMKM dalam mencatat transaksi, menyusun laporan keuangan, serta meningkatkan akuntabilitas usaha ([Sari & Putra, 2022](#)). Hal ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan memengaruhi penerimaan teknologi oleh pelaku UMKM ([Davis, 1989](#)).

Penelitian [Widianingsih dan Sunarmo \(2023\)](#) pada UMKM di Banyumas membuktikan bahwa faktor perilaku, seperti sikap dan persepsi kontrol, berpengaruh terhadap implementasi sistem informasi akuntansi. [Primasari \(2022\)](#) juga menemukan bahwa penggunaan *software* keuangan berkontribusi pada peningkatan kualitas pengelolaan transaksi dan pengambilan keputusan usaha. Dengan demikian, digitalisasi keuangan tidak hanya berdampak pada aspek administratif, tetapi juga pada keberlanjutan usaha UMKM.

Digitalisasi, Daya Saing, dan Ketahanan UMKM

Digitalisasi turut berperan dalam meningkatkan daya saing dan ketahanan UMKM. Transformasi digital memungkinkan UMKM melakukan inovasi produk, proses, dan model bisnis sehingga lebih responsif terhadap dinamika pasar ([OECD, 2021](#)). [Kraus et al. \(2020\)](#) menegaskan bahwa UMKM yang telah terdigitalisasi cenderung lebih tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi.

Dalam perspektif Dynamic Capability Theory, kemampuan UMKM dalam mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya digital menjadi kunci dalam mempertahankan keunggulan bersaing ([Teece et al., 1997](#)). Penelitian [Fitrijati \(Krishhoe\) \(2013\)](#) menunjukkan bahwa pengetahuan dan inovasi berperan penting dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM di Banyumas, yang semakin relevan dalam era digital.

Tantangan Implementasi Digitalisasi UMKM dan Implikasi Pengembangan

Meskipun digitalisasi memberikan berbagai manfaat strategis bagi UMKM, hasil SLR menunjukkan bahwa implementasinya masih menghadapi tantangan multidimensi, baik dari aspek individu, organisasi, maupun lingkungan eksternal. [Nugroho et al. \(2021\)](#) mengemukakan bahwa rendahnya literasi digital pelaku UMKM menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini menyebabkan pemanfaatan teknologi masih terbatas pada penggunaan media sosial dasar dan belum menyentuh integrasi sistem digital yang lebih kompleks.

Dari perspektif *Technology–Organization–Environment (TOE) Framework*, adopsi teknologi digital pada UMKM dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, karakteristik organisasi, dan tekanan lingkungan eksternal ([Tornatzky & Fleischner, 1990](#)). Pada dimensi teknologi, keterbatasan infrastruktur digital dan akses internet yang belum merata masih menjadi kendala di beberapa wilayah. Pada dimensi organisasi, skala usaha yang kecil dan keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan UMKM kesulitan dalam mengadopsi dan memelihara sistem digital secara berkelanjutan. Sementara itu, pada dimensi lingkungan, dukungan kebijakan dan ekosistem digital lokal menjadi faktor penentu keberhasilan transformasi digital UMKM.

Sejumlah penelitian terindeks Scopus juga menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi semata, tetapi juga oleh kemampuan manajerial dan strategi bisnis yang adaptif. [Verhoef et al. \(2021\)](#) menyatakan bahwa transformasi digital merupakan proses strategis yang melibatkan perubahan struktur organisasi, budaya, dan model bisnis. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnisnya cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan UMKM yang hanya mengadopsi teknologi secara parsial.

Dalam konteks Indonesia, penelitian terindeks SINTA menunjukkan bahwa peran pendampingan dan pelatihan digital sangat krusial dalam meningkatkan kesiapan digital UMKM. Studi oleh [Widianingsih et al. \(2015\)](#) dan [Widianingsih dan Sunarmo \(2023\)](#) menegaskan bahwa faktor perilaku, seperti sikap terhadap teknologi dan persepsi kemudahan penggunaan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan adopsi sistem digital pada UMKM. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* ([Ajzen, 1991](#)) dan *Technology Acceptance Model* ([Davis, 1989](#)), yang menekankan pentingnya aspek psikologis dalam penerimaan teknologi.

Lebih lanjut, [Primasari \(2022\)](#) menyoroti bahwa digitalisasi pengelolaan keuangan UMKM memerlukan dukungan pelatihan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM tidak hanya mampu menggunakan aplikasi, tetapi juga memahami manfaat strategis informasi keuangan dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, [Fitrijati \(2013\)](#) menekankan bahwa pengetahuan dan inovasi merupakan fondasi penting dalam membangun keunggulan bersaing UMKM, yang semakin relevan dalam era ekonomi digital.

Berdasarkan sintesis literatur tersebut, pembahasan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi UMKM di Kabupaten Banyumas perlu dipahami sebagai proses jangka panjang yang memerlukan kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Pemerintah daerah berperan dalam penyediaan infrastruktur dan kebijakan pendukung, perguruan tinggi berkontribusi melalui pendampingan dan transfer pengetahuan, sementara pelaku UMKM dituntut untuk meningkatkan kesiapan dan kapabilitas digitalnya. Dengan pendekatan yang terintegrasi, digitalisasi diharapkan tidak hanya meningkatkan kinerja jangka pendek, tetapi juga menciptakan keberlanjutan dan daya saing UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil *Systematic Literature Review (SLR)* terhadap artikel-artikel terindeks SINTA, Scopus, dan *Web of Science*, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan kinerja pemasaran melalui perluasan akses pasar berbasis digital, meningkatkan efisiensi dan kualitas pengelolaan keuangan melalui pemanfaatan aplikasi keuangan

dan sistem informasi akuntansi, serta memperkuat daya saing dan ketahanan UMKM dalam menghadapi dinamika dan ketidakpastian lingkungan usaha.

Hasil kajian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi sangat dipengaruhi oleh faktor perilaku pelaku UMKM, kesiapan organisasi, serta dukungan lingkungan eksternal. Perspektif teoritis seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), *Resource-Based View* (RBV), *Dynamic Capability Theory*, dan *Technology–Organization–Environment* (TOE) Framework secara konsisten menjelaskan bahwa penerimaan teknologi, kemampuan internal, dan dukungan ekosistem merupakan faktor kunci dalam proses transformasi digital UMKM.

Dalam konteks Kabupaten Banyumas, temuan penelitian terdahulu—khususnya karya dosen FEB Universitas Jenderal Soedirman—menegaskan bahwa digitalisasi UMKM masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan pendampingan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM di tingkat daerah perlu dipahami sebagai proses jangka panjang yang memerlukan kolaborasi multipihak antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan komunitas bisnis.

Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya perumusan kebijakan daerah yang terintegrasi untuk mendorong transformasi digital UMKM, antara lain melalui penguatan infrastruktur digital, program pelatihan dan pendampingan berbasis kebutuhan UMKM, serta pengembangan ekosistem digital lokal yang inklusif. Sementara itu, implikasi teoritis penelitian ini terletak pada pemetaan komprehensif temuan-temuan empiris terkait digitalisasi UMKM yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan model penelitian selanjutnya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan sumber data sekunder dari artikel jurnal yang dipublikasikan, sehingga tidak menangkap secara langsung dinamika empiris di lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan pendekatan SLR dengan studi empiris, baik kualitatif maupun kuantitatif, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai implementasi digitalisasi UMKM di Kabupaten Banyumas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fitrijati, K. R. (Krisnhoe). (2013). Exploration the impact of knowledge management toward growth and competitive advantage of UMKM in Banyumas residence. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 2(1).
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2020). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102466>
- Nugroho, M. A., Susilo, A., & Rahmawati, D. (2021). Digital transformation of SMEs in Indonesia: Challenges and opportunities. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 123–132.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Primasari, D. (2022). Pemanfaatan aplikasi software keuangan untuk meningkatkan pengelolaan transaksi UMKM. *Jurnal Pengabdian Bisnis dan Akuntansi Soedirman (JPBA)*, 1(1), 119–124.
- Sari, R. P., & Putra, Y. M. (2022). Pemanfaatan aplikasi keuangan digital pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 22(2), 145–158.

- Setiawan, R., & Nurhadi, N. (2021). Peran e-commerce dalam peningkatan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–56.
- Susanti, E. (2020). Digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(3), 256–267.
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Isu-isu penting. Ghalia Indonesia.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Tornatzky, L. G., & Fleischner, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
- Widianingsih, R., & Sunarmo, A. (2023). Analisis determinasi implementasi sistem informasi akuntansi pada UKM Banyumas menggunakan pendekatan Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 5112–5120.
- Widianingsih, R., Sunarmo, A., & Primasari, D. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi e-commerce oleh UMKM di Kabupaten Banyumas berdasarkan Theory of Planned Behaviour. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).