Al-Maidah Journal of Islamic Banking (AMANAH)
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/AMANAH/en

Peran Perbankan Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital

Cindy Agustini[1], Dhea Azzahra[2], Febyola Fathin Azzahra Bangun[3], Partika Suci[4], Andriana Alnazhira Chandra[5], Salwa Albazayza Yusra [6], Virna Virani [7]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran perbankan digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital yang semakin kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan analisis deskriptif kualitatif dengan meninjau berbagai jurnal, laporan, dan publikasi resmi terkait perkembangan digitalisasi perbankan serta penguatan sektor UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan perbankan digital seperti mobile banking, internet banking, digital payment, dan digital lending berkontribusi signifikan dalam mempermudah akses pembiayaan, meningkatkan efisiensi transaksi, serta mendukung strategi pemasaran UMKM berbasis teknologi. Selain itu, pemanfaatan big data, artificial intelligence, dan kolaborasi dengan fintech membantu meningkatkan akurasi penilaian kredit dan memperluas inklusi keuangan bagi pelaku UMKM. Secara keseluruhan, digitalisasi perbankan terbukti menjadi faktor kunci dalam memperkuat keberlanjutan usaha, inovasi, serta daya saing UMKM di tengah persaingan global yang terus berubah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan kebijakan dan strategi perbankan dalam mendukung kemajuan UMKM.

Kata kunci: Perbankan digital, UMKM, daya saing, transformasi digital, inklusi keuangan.

Abstract

This study aims to analyze the role of digital banking in enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the era of digital transformation. The research employs a literature review and qualitative descriptive analysis by examining various journals, reports, and official publications related to banking digitalization and MSME

development. The findings indicate that digital banking services such as mobile banking, internet banking, digital payments, and digital lending significantly contribute to improving access to financing, increasing transaction efficiency, and supporting technology-based marketing strategies for MSMEs. Furthermore, the use of big data, artificial intelligence, and collaborations with fintech institutions helps enhance credit assessment accuracy and expand financial inclusion for MSME actors. Overall, digital banking serves as a key factor in strengthening business sustainability, innovation, and MSME competitiveness amid rapidly evolving global competition. This study is expected to provide valuable insights for the development of banking strategies and policies that support the growth of MSMEs.

Keywords: Digital banking, MSMEs, competitiveness, digital transformation, financial inclusion.

A. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk perbankan dan UMKM. Di era persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan teknologi agar mampu mempertahankan eksistensinya. Perbankan digital hadir sebagai sarana penting yang memungkinkan pelaku UMKM memperoleh akses layanan keuangan secara lebih mudah, cepat, dan efisien. Digitalisasi ini tidak hanya meningkatkan efektivitas operasional, tetapi juga memperluas peluang pemasaran dan inovasi usaha melalui ekosistem transaksi yang semakin terintegrasi. Oleh karena itu, peran perbankan digital menjadi krusial dalam mendorong daya saing UMKM yang menghadapi perubahan pola konsumsi, perkembangan teknologi, serta dinamika pasar global.

Perbankan digital juga memberikan dukungan signifikan terhadap peningkatan inklusi keuangan, terutama bagi UMKM yang sebelumnya sulit mengakses layanan permodalan konvensional. Melalui layanan seperti mobile banking, digital lending, dan sistem pembayaran elektronik, pelaku UMKM memperoleh kemudahan dalam mengelola transaksi, memperoleh pinjaman, serta memonitor kondisi keuangan usaha secara real time. Selain itu, kolaborasi

perbankan dengan platform digital dan fintech menciptakan inovasi pembiayaan yang lebih fleksibel dan sesuai dengan karakteristik usaha kecil. Perubahan ini mempercepat proses pengambilan keputusan, meningkatkan akurasi analisis risiko, dan membuka akses perbankan kepada segmen usaha yang sebelumnya belum terjangkau. Dengan demikian, digitalisasi perbankan menjadi instrumen strategis dalam memperkuat struktur ekonomi nasional melalui pemberdayaan UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, atau sekitar 99% dari total pelaku usaha nasional. UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional.

Namun, di tengah perkembangan era digital, UMKM menghadapi tantangan baru: perubahan pola konsumsi masyarakat, kemajuan teknologi, dan meningkatnya kompetisi global. Pola pemasaran tradisional seperti promosi melalui brosur, spanduk, dan penjualan langsung mulai ditinggalkan oleh konsumen yang kini lebih aktif di dunia digital.

Oleh karena itu, agar dapat bertahan dan meningkatkan daya saing, UMKM harus melakukan transformasi strategi pemasaran dari konvensional menuju strategi pemasaran digital yang lebih modern, interaktif, dan berbasis data. Transformasi ini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan perubahan pola pikir dan manajemen bisnis agar sesuai dengan tuntutan pasar yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, meningkatnya kebutuhan adaptasi teknologi menuntut perbankan untuk terus mengembangkan strategi pemasaran dan layanan digital yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Inovasi dalam sistem keamanan digital, personalisasi layanan, serta pemanfaatan big data dan artificial intelligence menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan nasabah dan memastikan layanan yang responsif. Bagi UMKM, keberadaan layanan perbankan yang modern memungkinkan mereka meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan keunggulan kompetitif di era digital. Dengan demikian,

hubungan yang sinergis antara perbankan dan UMKM merupakan fondasi utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

B. KAJIAN TEORI

1. Perbankan Digital

Perbankan digital merujuk pada proses penyediaan layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kualitas layanan. Digital banking memungkinkan transaksi dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu melalui platform seperti mobile banking, internet banking, digital payment, dan aplikasi layanan berbasis teknologi. Teori ini menekankan bahwa transformasi digital dalam perbankan dapat meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan pasar, serta mengurangi biaya operasional. Dalam konteks UMKM, digital banking dipandang sebagai instrumen penting untuk memperkuat struktur keuangan dan mempercepat proses transaksi usaha. Penguatan sistem perbankan melalui inovasi digital juga berperan dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih responsif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pelanggan.

2. Daya Saing UMKM

Teori daya saing menjelaskan kemampuan suatu usaha untuk menciptakan nilai tambah, beradaptasi dengan dinamika pasar, serta mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan. Dalam perspektif UMKM, daya saing ditentukan oleh beberapa faktor, termasuk inovasi produk, kemampuan mengakses pembiayaan, adopsi teknologi, serta kualitas manajemen usaha. Teknologi digital menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing karena memungkinkan UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta mengoptimalkan strategi pemasaran. Melalui akses layanan digital perbankan, UMKM dapat meningkatkan kelancaran arus kas, mempercepat proses permodalan, dan meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan keuangan. Dengan demikian, digitalisasi terbukti menjadi katalisator penting dalam memperkuat daya saing UMKM.

3. Pemasaran Digital

Teori pemasaran digital menjelaskan bagaimana teknologi dan media digital digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan konsumen, dan menciptakan nilai pasar. Digital marketing menekankan pemanfaatan platform seperti media sosial, marketplace, website, dan mesin pencari untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif. Dalam konteks UMKM, strategi pemasaran digital memberikan peluang besar untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperkuat citra merek, dan membangun hubungan pelanggan yang lebih dekat. Perbankan digital turut mendukung pemasaran melalui penyediaan fasilitas pembayaran cepat, layanan transaksi elektronik, dan integrasi data yang memudahkan pelaku UMKM menganalisis perilaku konsumen. Sinergi antara digital marketing dan digital banking menciptakan ekosistem usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana perbankan digital berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai praktik, pengalaman, serta persepsi pelaku UMKM dan institusi perbankan terhadap layanan digital yang digunakan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena secara naturalistik sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi nyata terkait pemanfaatan digital banking dalam aktivitas usaha UMKM.

Sumber Data:

1. **Data Primer:** diperoleh melalui observasi dan wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM yang menggunakan layanan perbankan digital seperti mobile banking, internet banking, QRIS, dan digital lending. Selain itu, observasi juga dilakukan terhadap penggunaan fitur digital bank yang mendukung transaksi, pembiayaan, dan pengelolaan keuangan UMKM.
2. **Data Sekunder:** diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, laporan resmi Kementerian Koperasi dan UKM, publikasi Bank Indonesia dan Otoritas

Jasa Keuangan, serta penelitian terdahulu terkait digital banking dan daya saing UMKM.

Teknik Analisis Data:

1. Analisis Konten (Content Analysis): digunakan untuk mengidentifikasi bentuk layanan perbankan digital yang dimanfaatkan UMKM serta peran masing-masing layanan dalam aktivitas usaha, seperti transaksi, pembiayaan, dan pemasaran digital.
2. Analisis Deskriptif Kualitatif: digunakan untuk menilai efektivitas penggunaan layanan perbankan digital serta dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM, termasuk aspek efisiensi operasional, kecepatan akses layanan, perluasan pasar, dan peningkatan kinerja usaha.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemanfaatan Layanan Perbankan Digital oleh UMKM

pelaku UMKM telah memanfaatkan berbagai layanan perbankan digital dalam aktivitas usaha sehari-hari, terutama mobile banking, internet banking, QRIS, dan digital payment. UMKM mengakui bahwa layanan digital memberikan kemudahan signifikan dalam proses transaksi, baik untuk pembayaran kepada pemasok maupun penerimaan pembayaran dari pelanggan. Penggunaan QRIS menjadi fitur yang paling dominan digunakan karena sifatnya yang praktis, mudah diakses, serta dapat diterapkan pada berbagai saluran pemasaran, baik offline maupun online. Selain itu, UMKM yang beroperasi melalui platform digital seperti Instagram, Shopee, dan TikTok Shop juga merasakan peningkatan efisiensi karena transaksi dapat dipantau secara real time melalui aplikasi bank. Temuan ini memperkuat bahwa digitalisasi perbankan telah mendorong perubahan perilaku UMKM menuju sistem transaksi yang lebih modern dan transparan.

Dari hasil observasi, UMKM yang menggunakan fitur mobile banking secara intensif menunjukkan efisiensi yang lebih tinggi dalam pengelolaan arus kas. Fitur seperti transfer cepat, e-wallet integration, dan notifikasi otomatis membantu pelaku usaha meminimalkan keterlambatan pembayaran serta memantau pergerakan dana secara berkala. Hal ini penting dalam menjaga kelancaran operasional dan meningkatkan kredibilitas usaha di mata pemasok maupun pelanggan. Secara keseluruhan, pemanfaatan layanan digital bank

mendorong UMKM untuk bekerja lebih profesional dan efisien dibandingkan dengan metode transaksi tradisional.

Pada akhirnya, penggunaan layanan perbankan digital terbukti menjadi fondasi operasional yang mendukung keberlanjutan usaha. Dengan akses layanan yang lebih cepat, aman, dan fleksibel, UMKM mampu mengalokasikan waktu lebih banyak untuk kegiatan produktif seperti inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan. Bagian ini menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan tidak sekadar mempermudah transaksi, tetapi juga mengubah pola kerja UMKM ke arah yang lebih kompetitif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

2. Efektivitas Layanan Perbankan Digital terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM

Beberapa strategi pemasaran digital yang terbukti berhasil bagi UMKM, antara lain:

1. Content Marketing

   Membuat konten kreatif yang menarik dan informatif, seperti video tutorial, testimoni pelanggan, atau tips penggunaan produk. Konten yang konsisten meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

2. Social Media Marketing

   Pemanfaatan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menjawab pertanyaan, dan membangun komunitas pelanggan.

3. Branding Digital

   Membangun citra merek (brand image) yang kuat melalui desain logo, tone komunikasi, dan pengalaman pelanggan. Branding yang kuat membuat UMKM lebih mudah diingat.

4. Search Engine Optimization (SEO) dan Marketplace Optimization

   Mengoptimalkan deskripsi produk di marketplace agar mudah ditemukan konsumen melalui kata kunci relevan.

5. Influencer Marketing

Bekerja sama dengan influencer lokal atau mikro untuk memperluas jangkauan audiens.

6. Customer Relationship Management (CRM)

   Menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui follow-up pesan, ucapan terima kasih, atau program loyalitas pelanggan.

7. Analisis Data Konsumen

   Menggunakan insight dari media sosial dan marketplace untuk memahami perilaku pelanggan, tren produk, dan waktu terbaik untuk promosi.

3. Tantangan dan Peluang Perbankan Digital bagi UMKM

Meskipun perbankan digital memberikan banyak manfaat bagi peningkatan daya saing UMKM, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam pemanfaatannya. Tantangan yang paling umum adalah keterbatasan literasi digital dan literasi keuangan di kalangan UMKM, terutama bagi pelaku usaha mikro dan pelaku usaha yang berada di daerah non-perkotaan. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami fitur-fitur perbankan digital, sehingga mereka hanya menggunakan sebagian kecil dari layanan yang sebenarnya tersedia. Selain itu, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, seperti risiko penipuan online, kebocoran data, dan phising, membuat sebagian pelaku UMKM masih ragu untuk mengadopsi layanan perbankan digital secara optimal. Tantangan ini menunjukkan perlunya pelatihan dan edukasi yang lebih intensif dari pihak perbankan dan pemerintah untuk meningkatkan kesiapan digital UMKM.

Di sisi lain, tantangan infrastruktur teknologi juga menjadi faktor yang memengaruhi tingkat adopsi perbankan digital. Tidak semua wilayah memiliki akses internet yang stabil, sehingga proses transaksi digital sering mengalami gangguan. Hal ini berdampak pada kegiatan operasional UMKM yang mengandalkan sistem pembayaran online atau akses aplikasi mobile banking. Selain itu, perbedaan kemampuan adaptasi teknologi antar pelaku UMKM menimbulkan kesenjangan dalam pemanfaatan layanan digital. UMKM yang sudah

terbiasa dengan teknologi cenderung berkembang lebih cepat dibandingkan dengan UMKM yang masih bertumpu pada metode manual. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital yang optimal membutuhkan dukungan ekosistem yang lebih komprehensif, termasuk pemerataan infrastruktur digital.

Namun demikian, penelitian juga menunjukkan bahwa peluang yang ditawarkan oleh perbankan digital jauh lebih besar dibandingkan tantangan yang ada. Perbankan digital membuka akses UMKM terhadap layanan keuangan yang lebih cepat, aman, dan efisien, sekaligus memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas melalui integrasi pembayaran digital dengan platform e-commerce dan media sosial. Selain itu, perkembangan teknologi seperti artificial intelligence, big data, dan analitik transaksi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperoleh pembiayaan yang lebih tepat sasaran dan lebih mudah disetujui. Dengan dukungan regulasi pemerintah yang semakin pro-digital serta meningkatnya adopsi pembayaran non-tunai di masyarakat, UMKM memiliki kesempatan besar untuk memperkuat daya saing, meningkatkan kinerja usaha, dan bertransformasi menjadi bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan di era digital.

E. Kesimpulan

digitalisasi perbankan memiliki kontribusi signifikan dalam memperkuat keberlangsungan dan daya saing UMKM. Pemanfaatan layanan perbankan digital seperti mobile banking, internet banking, QRIS, digital payment, dan digital lending terbukti memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi, mengelola arus kas, serta mengakses pembiayaan secara lebih cepat dan efisien. Digitalisasi layanan ini mendorong UMKM untuk beroperasi secara lebih profesional, transparan, dan adaptif terhadap perubahan pola bisnis modern.

Selain meningkatkan efisiensi operasional, perbankan digital juga terbukti memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan, terutama melalui percepatan akses modal, peningkatan kualitas pengelolaan keuangan, serta integrasi pembayaran dengan platform digital. Efektivitas layanan ini memberi dampak positif pada perluasan pasar, peningkatan kepercayaan konsumen, serta kemampuan UMKM untuk berinovasi dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompetitif.

Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa pemanfaatan perbankan digital oleh UMKM masih terkendala oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi. Meski begitu, peluang yang ditawarkan oleh perbankan digital jauh lebih besar dibandingkan tantangannya. Dengan dukungan edukasi, peningkatan literasi digital, serta penguatan sistem keamanan dan regulasi, perbankan digital memiliki potensi besar untuk menjadi pilar utama penguatan daya saing UMKM di masa depan. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, lembaga perbankan, dan pelaku UMKM menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

F. DAFTAR PUSTAKA

Bella, F. I., Mawardi, I., & Amelia, I. (2022). Islamic finance-growth nexus: Evidence from Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(2), 139–154.

Hasanah, N., Sayuti, M. N., & Lisnawati, L. (2024). Optimalisasi regulasi ekonomi syariah oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan dalam akselerasi transformasi digital. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(3), 709–723.

Irawan, H. (2023). The role of Islamic banks in developing a sharia-based economy in the digital era in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 9(2), 435–452.

Muflihin, M. D. (2019). Perkembangan bank syariah di Indonesia: Sebuah kajian historis. *JES: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).

Muhammad Hasan Mun'im. (2024). Peluang dan tantangan financial technology (fintech) dalam transformasi ekonomi syariah di Indonesia. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 10–18.

Muhammed, M., Baita, A. J., & Hussain, T. (2024). Institutional quality and Islamic financial development. *Modern Finance*, 2(1), 69–83.

Rauf, A. (2012). Penerapan teori akad pada ekonomi syariah. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 4(1).

Sakinah, N., Arafah, L., Darman, D. M., & Kenedi, J. (2024). Inovasi digitalisasi produk ekonomi dan dampaknya pada pertumbuhan dan perkembangan ekonomi syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(2), 802–812.

Septiani, E., & Annisa, A. A. (2021). Kinerja keuangan bank ditinjau dari pertumbuhan aset, solvabilitas, dan perputaran total aset dengan risiko pembiayaan sebagai variabel moderating. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 12(2), 109–122.

Trimulato, T. (2018). Manajemen sumber daya manusia Islam bagi SDM di bank syariah. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 238–265.

Chaffey, D. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.

Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Laporan Perkembangan UMKM Digital Indonesia*.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.