

Pemanfaatan Platform Digital oleh UMKM sebagai Instrumen Redistribusi Pendapatan di Kalangan Masyarakat Kelas Menengah ke Bawah

Nesa Aprilarosa Pendri¹, Hendra Riofita²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau
e-mail: nesaaprilarp@gmail.com¹, hendrariofita@yahoo.com²

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pemanfaatan platform digital oleh UMKM sebagai instrumen redistribusi pendapatan di kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah di Indonesia. Menggunakan metode analisis literatur kualitatif, penelitian mengidentifikasi empat mekanisme utama: perluasan akses pasar, efisiensi biaya, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan inklusi keuangan. Efektivitas redistribusi pendapatan dipengaruhi oleh faktor internal (kapasitas digital, kualitas produk, strategi pemasaran) dan eksternal (infrastruktur digital, regulasi pemerintah, ekosistem pendukung). Tantangan utama meliputi kesenjangan digital, persaingan ketat, regulasi kompleks, dan keterbatasan operasional. Strategi optimalisasi mencakup peningkatan literasi digital, pengembangan infrastruktur merata, kebijakan mendukung, penguatan ekosistem pendukung, dan model bisnis platform yang inklusif. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman bagaimana teknologi digital dapat menjadi sarana transformasional untuk menciptakan ekonomi yang lebih adil dan inklusif.

Kata kunci: *Kata Platform Digital, UMKM, Redistribusi Pendapatan, Inklusi Ekonomi, Transformasi Digital*

Abstract

This research analyzes the utilization of digital platforms by MSMEs as an instrument for income redistribution among lower-middle-class communities in Indonesia. Using qualitative literature analysis, the study identifies four key mechanisms: expanded market access, cost efficiency, job creation, and increased financial inclusion. The effectiveness of income redistribution is influenced by internal factors (digital capacity, product quality, marketing strategy) and external factors (digital infrastructure, government regulations, supporting ecosystem). Major challenges include digital divide, intense competition, complex regulations, and operational limitations. Optimization strategies include enhancing digital literacy, developing equitable infrastructure, supportive policies, strengthening the supporting ecosystem, and inclusive platform business models. This research contributes to understanding how digital technology can serve as a transformational means to create a more equitable and inclusive economy.

Keywords : *Digital Platforms, Msmes, Income Redistribution, Economic Inclusion, Digital Transformation*

PENDAHULUAN

Transformasi digital merupakan fenomena global yang tidak hanya mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga menggeser paradigma ekonomi secara fundamental. Di era Revolusi Industri 4.0 ini, teknologi digital menjadi pendorong utama perubahan di berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi, sosial, dan budaya. Salah satu dampak paling nyata dari transformasi ini adalah terbukanya ruang ekonomi digital yang memungkinkan aktor-aktor ekonomi skala kecil dan menengah untuk ikut serta dalam aktivitas ekonomi yang sebelumnya didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar. Di Indonesia, dampak transformasi digital ini semakin terasa seiring dengan pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi dan

komunikasi, serta meningkatnya penetrasi internet yang menciptakan ekosistem digital yang dinamis dan inklusif.

Salah satu sektor yang paling merasakan dampak positif dari perkembangan ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia telah lama diakui sebagai tulang punggung perekonomian nasional, dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 61% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Ayuningtyas, 2024). Peran strategis UMKM ini menjadikan mereka sebagai salah satu pilar utama dalam upaya pemerintah untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Namun demikian, di tengah potensi besar yang dimilikinya, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka, terutama dalam hal akses terhadap pasar, permodalan, serta teknologi.

Perkembangan teknologi digital, khususnya melalui platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital, telah membuka jalan baru bagi UMKM untuk mengatasi berbagai keterbatasan yang selama ini menjadi hambatan utama mereka. Platform digital tidak hanya menjadi sarana promosi dan penjualan, tetapi juga menjadi medium untuk memperluas jejaring bisnis, mengakses konsumen dari berbagai lapisan masyarakat, dan mengoptimalkan proses bisnis melalui integrasi teknologi. Melalui platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen di luar wilayah geografis mereka, memperluas pangsa pasar, serta mengurangi ketergantungan pada perantara atau distributor yang selama ini menyerap sebagian besar margin keuntungan (Maharani et al., 2021). Dengan kata lain, platform digital berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih adil dan merata.

Fenomena ini tidak hanya relevan dalam konteks pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memiliki implikasi penting dalam kerangka redistribusi pendapatan. Redistribusi pendapatan merujuk pada suatu mekanisme atau proses ekonomi yang bertujuan untuk mengurangi kesenjangan pendapatan antara kelompok masyarakat yang lebih mampu dan kelompok masyarakat yang kurang mampu, biasanya melalui berbagai kebijakan dan instrumen ekonomi yang dapat menyalurkan kembali kekayaan atau pendapatan dari kelompok atas ke kelompok bawah (Arumsari et al., 2022). Dalam konteks pemanfaatan platform digital oleh UMKM, redistribusi pendapatan dapat terjadi secara alami melalui beberapa mekanisme, antara lain melalui penciptaan peluang usaha baru, penyediaan lapangan kerja, pengurangan biaya transaksi, serta pemberdayaan masyarakat melalui akses informasi dan teknologi yang lebih terbuka.

Namun, sejauh mana platform digital mampu memainkan peran sebagai instrumen redistribusi pendapatan masih menjadi pertanyaan yang memerlukan kajian lebih mendalam. Penelitian-penelitian terdahulu cenderung menitikberatkan pada peningkatan kinerja bisnis UMKM dalam aspek produktivitas, efisiensi, dan daya saing, serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi makro (Caswito et al., 2024). Sementara itu, kajian mengenai potensi platform digital dalam konteks keadilan sosial dan pemerataan ekonomi, khususnya dalam menurunkan kesenjangan pendapatan, masih relatif terbatas. Padahal, dalam era di mana kesenjangan sosial-ekonomi menjadi tantangan global, pemanfaatan teknologi digital sebagai alat untuk menciptakan redistribusi pendapatan yang lebih adil merupakan isu yang sangat relevan dan mendesak untuk diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada bagaimana pemanfaatan platform digital oleh UMKM dapat berperan sebagai instrumen redistribusi pendapatan di kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah di Indonesia. Pertanyaan utama yang ingin dijawab dalam studi ini adalah: *Bagaimana pemanfaatan platform digital oleh UMKM dapat berperan sebagai instrumen redistribusi pendapatan di kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah di Indonesia?* Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian ini akan menganalisis mekanisme-mekanisme yang memungkinkan terjadinya redistribusi pendapatan melalui platform digital, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas mekanisme tersebut, serta mengevaluasi implikasi kebijakan yang dapat mendukung peran platform digital dalam mendorong pemerataan ekonomi.

Dengan pendekatan ini, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya khazanah

literatur mengenai hubungan antara teknologi digital dan redistribusi pendapatan, serta memberikan pemahaman baru tentang peran UMKM dalam ekosistem ekonomi digital. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi pembuat kebijakan, pelaku industri, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang kebijakan dan program yang mendukung pemanfaatan platform digital oleh UMKM, dengan orientasi pada penciptaan keadilan sosial dan pemerataan kesejahteraan di tengah masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis literatur untuk mengkaji pemanfaatan platform digital oleh UMKM sebagai instrumen redistribusi pendapatan di kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan holistik tentang fenomena yang diteliti, terutama dalam konteks sosial-ekonomi yang kompleks seperti redistribusi pendapatan (Creswell & N.Poth, 2016).

Metode analisis literatur yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan, evaluasi, dan sintesis berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Sumber literatur yang dianalisis meliputi artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, laporan kebijakan, buku, dan publikasi lainnya yang berkaitan dengan pemanfaatan platform digital oleh UMKM dan redistribusi pendapatan. Pencarian literatur dilakukan melalui beberapa database elektronik, seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan JSTOR, dengan menggunakan kata kunci yang relevan seperti "platform digital," "UMKM," "redistribusi pendapatan," "ekonomi digital," dan "inklusi ekonomi."

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, peneliti menggunakan beberapa strategi, seperti triangulasi sumber data, peer debriefing, dan member checking. Triangulasi sumber data dilakukan dengan menggunakan berbagai jenis sumber literatur untuk memperoleh perspektif yang beragam tentang topik penelitian. Peer debriefing melibatkan diskusi dengan rekan peneliti untuk memperoleh masukan dan perspektif alternatif tentang interpretasi data. Member checking melibatkan verifikasi interpretasi peneliti dengan ahli di bidang ekonomi digital dan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Redistribusi Pendapatan melalui Platform Digital

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital oleh UMKM memiliki potensi besar untuk berperan sebagai instrumen redistribusi pendapatan, terutama bagi masyarakat kelas menengah ke bawah. Peran ini dapat terwujud melalui berbagai mekanisme yang bersifat struktural maupun fungsional, yang secara langsung maupun tidak langsung mendorong terciptanya pemerataan ekonomi dan pengurangan ketimpangan sosial.

Mekanisme pertama adalah kemampuan platform digital dalam membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM. Berbeda dengan metode konvensional yang sangat terbatas oleh kendala geografis dan biaya distribusi, platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dari berbagai wilayah, bahkan hingga ke pasar internasional. Dengan demikian, UMKM tidak lagi hanya bergantung pada konsumen lokal, tetapi dapat memperluas jangkauan pasarnya dan meningkatkan potensi penjualan secara signifikan. Akses yang lebih luas ini memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan volume transaksi dan memperbesar pendapatan mereka secara berkelanjutan (Joy et al., 2023). Mekanisme ini juga sejalan dengan hasil penelitian Riofita yang menekankan pentingnya sistem pembayaran digital Islami dalam meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian produk UMKM oleh konsumen Muslim (Riofita, 2024). Dengan menggunakan platform digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk melalui strategi pemasaran digital yang terjangkau dan efisien. Ini memungkinkan produk-produk lokal menjangkau segmen pasar yang sebelumnya tidak terlayani oleh metode distribusi tradisional, sekaligus memperkuat daya saing UMKM di tengah kompetisi yang semakin kompleks.

Mekanisme kedua adalah efisiensi biaya yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi digital. Platform digital secara signifikan dapat mengurangi biaya transaksi dan operasional yang selama ini menjadi beban utama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Berbagai fitur digital

seperti pembayaran daring, pengelolaan stok otomatis, serta layanan pelanggan berbasis AI telah mengurangi kebutuhan tenaga kerja administratif dan meningkatkan efisiensi operasional. Studi yang dilakukan oleh Effriando menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital mampu menurunkan biaya operasional UMKM hingga 30 persen jika dibandingkan dengan pendekatan bisnis tradisional (Effriando et al., 2024). Efisiensi ini terutama berasal dari optimalisasi proses pemasaran, distribusi, dan sistem pembayaran. Dengan biaya yang lebih rendah, pelaku UMKM dapat menetapkan harga jual yang lebih kompetitif di pasar, meningkatkan margin keuntungan, dan pada saat yang sama tetap memberikan nilai tambah kepada konsumen. Lebih jauh lagi, surplus pendapatan tersebut dapat diarahkan untuk reinvestasi usaha, peningkatan kualitas produk, maupun ekspansi bisnis, yang pada akhirnya dapat menciptakan efek berganda dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Mekanisme ketiga menyangkut penciptaan lapangan kerja baru dan peluang kewirausahaan yang lahir sebagai hasil dari aktivitas ekonomi berbasis digital. Platform digital tidak hanya memberikan ruang bagi pemilik UMKM untuk mengembangkan usaha, tetapi juga mendorong terbentuknya ekosistem bisnis yang lebih luas. Ekosistem ini melibatkan beragam aktor, termasuk penyedia jasa logistik, layanan teknologi informasi, penyedia jasa keuangan, agen penjualan, hingga influencer digital yang berperan dalam strategi pemasaran. Hal ini membuka peluang kerja bagi individu dari berbagai latar belakang, termasuk masyarakat kelas menengah ke bawah yang selama ini sulit mengakses lapangan kerja formal (Hidayat et al., 2022). Temuan Riofita menegaskan bahwa motivasi nonfinansial seperti penghargaan, pengakuan, dan kesempatan untuk berkembang merupakan faktor signifikan yang mendorong peningkatan kinerja para pekerja di sektor ini (Riofita, 2017). Dalam konteks platform digital, motivasi tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk kepuasan pribadi dari keberhasilan mengembangkan usaha, keterlibatan dalam komunitas digital yang aktif, serta akses terhadap peluang belajar yang terbuka luas melalui internet. Dengan demikian, partisipasi dalam platform digital tidak hanya berdampak secara ekonomi, tetapi juga secara psikologis dan sosial, memperkuat rasa percaya diri dan otonomi pelaku usaha serta pekerja.

Mekanisme keempat adalah peningkatan inklusi keuangan melalui integrasi platform digital dengan layanan keuangan formal. Banyak UMKM dan individu dari masyarakat kelas menengah ke bawah yang sebelumnya mengalami keterbatasan akses terhadap layanan keuangan tradisional seperti perbankan, pinjaman modal, dan asuransi. Platform digital memungkinkan pelaku usaha dan konsumen untuk mengakses layanan keuangan secara daring, mulai dari pinjaman mikro, tabungan digital, hingga proteksi asuransi berbasis teknologi. Fasilitas ini memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi biaya dalam melakukan transaksi dan pengelolaan keuangan, sehingga meningkatkan partisipasi mereka dalam sistem ekonomi formal (Lantowa et al., 2024). Inklusi keuangan berperan sangat penting dalam mendukung redistribusi pendapatan, karena memberikan kesempatan bagi kelompok ekonomi bawah untuk memperkuat daya tahan ekonomi mereka, mengurangi risiko kerentanan finansial, dan memperbesar kemungkinan untuk keluar dari lingkaran kemiskinan. Dengan semakin banyaknya UMKM yang terhubung ke layanan keuangan formal, stabilitas ekonomi mikro pun dapat terbangun, sekaligus memperluas basis penerimaan negara melalui pajak yang lebih transparan dan terintegrasi.

Secara keseluruhan, keempat mekanisme di atas menunjukkan bahwa platform digital memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung agenda redistribusi pendapatan secara berkelanjutan. Namun demikian, efektivitasnya tetap sangat bergantung pada sinergi antara kebijakan publik, kesiapan infrastruktur, literasi digital, serta partisipasi aktif dari pelaku UMKM itu sendiri. Maka, perlu adanya upaya terpadu dari seluruh pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa transformasi digital benar-benar menjadi motor penggerak keadilan ekonomi di era digital ini.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Redistribusi Pendapatan

Efektivitas platform digital sebagai instrumen redistribusi pendapatan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup kapasitas digital UMKM, kualitas produk dan layanan, serta strategi pemasaran digital. Kapasitas digital merujuk pada kemampuan UMKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung

operasi bisnis mereka (Ayem et al., 2024). UMKM dengan kapasitas digital yang tinggi cenderung lebih efektif dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan pendapatan dan kontribusi ekonomi mereka.

Kualitas produk dan layanan juga berperan penting dalam menentukan keberhasilan UMKM di platform digital. Platform digital umumnya memiliki sistem ulasan dan rating yang memungkinkan konsumen untuk memberikan umpan balik tentang produk dan layanan yang mereka terima. UMKM yang mampu menjaga kualitas produk dan layanan cenderung mendapatkan ulasan positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan volume penjualan.

Strategi pemasaran digital juga menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM di platform digital. UMKM perlu memiliki pemahaman yang baik tentang preferensi dan perilaku konsumen di platform digital, serta bagaimana memanfaatkan fitur-fitur platform untuk menjangkau target pasar yang tepat (Hasan et al., 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian Riofita yang menemukan bahwa nilai yang dipersepsikan (*perceived value*) dapat memperkuat pengaruh pembayaran digital Islami terhadap keputusan pembelian produk UMKM oleh konsumen Muslim (Riofita, 2024).

Sementara itu, faktor eksternal mencakup infrastruktur digital, regulasi dan kebijakan pemerintah, serta ekosistem pendukung. Infrastruktur digital, seperti akses internet yang stabil dan terjangkau, merupakan prasyarat bagi UMKM untuk dapat memanfaatkan platform digital secara efektif. Di Indonesia, meskipun penetrasi internet terus meningkat, masih terdapat kesenjangan digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan, yang dapat menghambat partisipasi UMKM dari wilayah pedesaan dalam ekonomi digital.

Regulasi dan kebijakan pemerintah juga berperan penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi UMKM untuk memanfaatkan platform digital. Kebijakan yang mendukung, seperti insentif pajak, subsidi teknologi, dan program peningkatan kapasitas digital, dapat mendorong lebih banyak UMKM untuk mengadopsi platform digital dan berkontribusi pada redistribusi pendapatan (Abdillah, 2024).

Ekosistem pendukung, seperti ketersediaan layanan logistik, sistem pembayaran digital, dan lembaga pembiayaan mikro, juga menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM di platform digital. Ekosistem yang kuat dan terintegrasi dapat memudahkan UMKM dalam menjalankan operasi bisnis mereka dan mencapai konsumen secara efektif.

Tantangan dan Hambatan dalam Pemanfaatan Platform Digital oleh UMKM

Meskipun platform digital menawarkan berbagai peluang yang menjanjikan bagi pengembangan dan ekspansi UMKM di era ekonomi digital, terdapat sejumlah tantangan dan hambatan signifikan yang perlu diatasi agar potensi platform digital sebagai instrumen redistribusi pendapatan dapat terealisasi secara optimal. Tantangan-tantangan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek sosial, ekonomi, dan kebijakan yang saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengurai secara komprehensif berbagai faktor penghambat yang dihadapi UMKM dalam proses adaptasi terhadap ekosistem digital.

Salah satu tantangan paling mendasar yang dihadapi oleh UMKM adalah kesenjangan digital yang masih cukup lebar di berbagai wilayah Indonesia, terutama di daerah-daerah terpencil dan tertinggal. Kesenjangan digital ini mencakup tiga aspek utama, yaitu akses terhadap infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK), ketersediaan perangkat digital yang memadai, serta keterampilan atau literasi digital yang diperlukan untuk mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, seperti jaringan internet yang stabil dan cepat, UMKM di daerah-daerah tertentu akan kesulitan untuk mengakses platform digital dan bersaing secara adil dengan pelaku usaha di wilayah yang lebih maju secara teknologi. Di sisi lain, rendahnya tingkat literasi digital, baik di kalangan pemilik usaha maupun tenaga kerja yang mereka pekerjakan, juga menjadi penghambat serius dalam memanfaatkan potensi teknologi digital secara maksimal. Dengan demikian, kesenjangan digital bukan hanya soal teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia yang mendukung adaptasi digital UMKM (Mujab, 2024).

Selain tantangan infrastruktur dan literasi digital, UMKM juga dihadapkan pada realitas persaingan yang semakin ketat di ranah platform digital. Seiring dengan meningkatnya kesadaran

pelaku usaha akan pentingnya kehadiran digital, jumlah UMKM yang memanfaatkan platform digital seperti marketplace dan media sosial untuk memasarkan produk mereka terus meningkat. Persaingan yang tinggi ini memaksa setiap pelaku UMKM untuk tidak hanya hadir di platform digital, tetapi juga mampu menawarkan nilai tambah yang membedakan produk atau jasa mereka dari kompetitor. UMKM yang tidak memiliki strategi pemasaran digital yang efektif, kurang memahami perilaku konsumen digital, atau tidak mampu menciptakan keunikan produk yang menonjol, berpotensi mengalami stagnasi dalam pertumbuhan bisnis mereka. Dalam konteks ini, ketidakmampuan bersaing tidak hanya berdampak pada profitabilitas, tetapi juga menghambat peran UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan mendukung redistribusi pendapatan.

Tantangan lain yang tak kalah penting adalah aspek regulasi dan kepatuhan hukum yang harus dipenuhi oleh UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnis di platform digital. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan regulasi terkait aktivitas ekonomi digital, seperti regulasi perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, hingga perpajakan digital yang berlaku bagi pelaku usaha yang beroperasi di ranah daring. Bagi UMKM, memahami dan menyesuaikan diri dengan berbagai regulasi ini bisa menjadi beban tersendiri, apalagi jika mereka belum memiliki kapasitas hukum dan administrasi yang memadai. Ketidaktahuan atau ketidakpatuhan terhadap peraturan tersebut dapat mengakibatkan sanksi hukum, pembatasan akses terhadap platform digital, atau bahkan penghapusan akun usaha mereka oleh penyedia platform. Hal ini tentu menjadi risiko besar yang dapat menghambat pertumbuhan UMKM serta mengurangi efektivitas platform digital sebagai sarana inklusi ekonomi dan redistribusi pendapatan yang berkeadilan.

Selain itu, aspek operasional juga menjadi tantangan nyata bagi UMKM dalam pengelolaan bisnis berbasis digital. Berbeda dengan model bisnis konvensional, operasional di platform digital menuntut ketepatan dan kecepatan dalam manajemen rantai pasok, inventori, pengemasan, logistik, serta pelayanan pelanggan yang responsif. UMKM yang memiliki keterbatasan modal, tenaga kerja, dan kapasitas manajerial kerap mengalami kesulitan dalam memenuhi ekspektasi konsumen digital yang cenderung tinggi terhadap kualitas layanan. Ketidaksiapan dalam menangani pesanan dalam jumlah besar, keterlambatan pengiriman, atau respon layanan pelanggan yang lambat, dapat berdampak negatif pada reputasi usaha mereka di platform digital. Reputasi yang buruk ini bukan hanya mempengaruhi loyalitas konsumen, tetapi juga dapat menurunkan visibilitas mereka di algoritma platform digital yang sangat bergantung pada rating dan ulasan pengguna. Akibatnya, peluang untuk berkembang dan berkontribusi dalam redistribusi pendapatan melalui pertumbuhan usaha menjadi semakin terbatas (Ramadhani et al., 2025).

Secara keseluruhan, berbagai tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun platform digital memiliki potensi besar untuk mendukung UMKM dan berkontribusi pada distribusi pendapatan yang lebih merata, realisasi dari potensi tersebut memerlukan upaya sistematis dari berbagai pihak. Pemerintah, pelaku industri, lembaga pendidikan, serta platform digital itu sendiri perlu bekerja sama dalam menyediakan ekosistem pendukung yang kondusif, mulai dari infrastruktur, pelatihan, pendampingan bisnis, hingga penyederhanaan regulasi yang berpihak pada UMKM. Hanya dengan pendekatan yang holistik dan inklusif, pemanfaatan platform digital oleh UMKM sebagai instrumen untuk menciptakan keadilan ekonomi dapat benar-benar terwujud di seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Strategi Optimalisasi Peran Platform Digital dalam Redistribusi Pendapatan

Berdasarkan analisis literatur dan temuan-temuan sebelumnya, terdapat sejumlah strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan peran platform digital sebagai instrumen redistribusi pendapatan, khususnya di kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah. Strategi-strategi ini tidak hanya mencakup aspek teknis dan kebijakan, tetapi juga menyentuh pada dimensi sosial, ekonomi, dan struktural yang saling berkelindan. Dalam konteks ini, optimalisasi peran platform digital tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus melalui pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai aktor dan sektor secara simultan.

Strategi pertama yang sangat mendasar adalah peningkatan literasi digital dan keterampilan teknologi di kalangan UMKM, khususnya yang berasal dari kelompok masyarakat kelas menengah ke bawah. Literasi digital merupakan prasyarat utama agar pelaku UMKM mampu mengakses, memahami, dan memanfaatkan fitur-fitur platform digital secara maksimal. Tanpa

penguasaan dasar-dasar digital, pelaku UMKM berisiko tertinggal dari perkembangan teknologi dan kehilangan peluang pasar yang seharusnya bisa dimanfaatkan. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait perlu menginisiasi program pelatihan dan pendampingan yang bersifat komprehensif, kontekstual, dan berkelanjutan. Program-program ini sebaiknya tidak hanya bersifat teknis, seperti cara menggunakan platform e-commerce, tetapi juga mencakup aspek strategis seperti pemasaran digital, manajemen keuangan daring, serta pengelolaan hubungan pelanggan. Dengan demikian, pelaku UMKM akan memiliki kapasitas yang memadai untuk bersaing secara sehat dan berkontribusi terhadap penguatan ekonomi digital yang lebih inklusif (Putri et al., 2024).

Strategi kedua adalah pengembangan infrastruktur digital yang inklusif dan merata, khususnya di wilayah pedesaan, perbatasan, dan daerah tertinggal yang selama ini mengalami ketimpangan akses teknologi. Tanpa infrastruktur digital yang memadai, seperti jaringan internet yang stabil dan cepat, partisipasi UMKM dalam platform digital hanya akan didominasi oleh pelaku usaha di daerah perkotaan dan kawasan ekonomi maju. Hal ini justru dapat memperlebar jurang ketimpangan ekonomi antardaerah dan antar kelompok masyarakat. Oleh karena itu, investasi dalam pembangunan infrastruktur digital harus menjadi prioritas strategis, termasuk penyediaan akses internet broadband, pembangunan pusat layanan digital komunitas, serta penyediaan perangkat digital yang terjangkau. Pendekatan ini sejalan dengan semangat pembangunan berkelanjutan yang menekankan pemerataan akses terhadap teknologi sebagai bentuk keadilan sosial.

Strategi ketiga berfokus pada pengembangan kebijakan dan regulasi yang mendukung transformasi digital UMKM. Kebijakan yang berpihak pada pelaku usaha kecil dan menengah sangat diperlukan untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif. Beberapa kebijakan yang dapat dikembangkan antara lain adalah pemberian insentif pajak bagi UMKM yang melakukan digitalisasi, subsidi perangkat teknologi dan layanan digital, serta program pembiayaan mikro yang khusus ditujukan untuk mendukung proses transformasi digital UMKM. Selain itu, regulasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, serta transaksi digital juga sangat penting untuk memberikan rasa aman dan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Kebijakan semacam ini tidak hanya akan mendorong lebih banyak UMKM untuk beralih ke platform digital, tetapi juga memperkuat legitimasi platform digital sebagai medium yang mendukung redistribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi inklusif.

Strategi keempat menyoal penguatan ekosistem pendukung yang terdiri atas berbagai elemen penting seperti layanan logistik, sistem pembayaran digital, serta lembaga pembiayaan mikro. Ekosistem pendukung yang kuat dan terintegrasi akan memberikan kemudahan operasional bagi UMKM, sehingga mereka dapat fokus pada pengembangan produk dan layanan tanpa terbebani oleh keterbatasan teknis atau administratif. Misalnya, layanan logistik yang efisien akan mempercepat pengiriman produk ke konsumen, sementara sistem pembayaran digital yang terpercaya akan memudahkan transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, keberadaan lembaga pembiayaan mikro yang responsif terhadap kebutuhan UMKM digital juga akan menjadi katalisator penting dalam memperluas akses permodalan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riofita, yang menekankan pentingnya sistem pembayaran digital dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk UMKM.

Strategi kelima yang tak kalah penting adalah pengembangan model bisnis platform digital yang lebih inklusif dan berorientasi pada redistribusi pendapatan. Platform digital saat ini umumnya masih berorientasi pada maksimalisasi keuntungan, namun pendekatan ini perlu diimbangi dengan dimensi sosial agar dapat menciptakan dampak ekonomi yang lebih luas dan berkeadilan. Model bisnis inklusif dapat mencakup berbagai pendekatan, seperti pemberlakuan kebijakan harga yang adil bagi UMKM kecil, penyediaan ruang promosi gratis untuk pelaku usaha dari kelompok marginal, serta inisiatif reinvestasi sebagian laba platform ke dalam program pemberdayaan komunitas. Inisiatif-inisiatif ini akan membantu menciptakan ekosistem digital yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga responsif terhadap tantangan sosial dan ketimpangan struktural. Dengan mengedepankan model bisnis yang inklusif, platform digital dapat menjadi agen perubahan yang efektif dalam mendorong pemerataan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan menerapkan kelima strategi tersebut secara terpadu dan berkesinambungan, diharapkan platform digital tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas bisnis UMKM, tetapi juga menjadi sarana transformasional yang mendukung terciptanya tatanan ekonomi yang lebih adil, merata, dan inklusif di Indonesia.

SIMPULAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa platform digital memiliki potensi signifikan dalam mendorong redistribusi pendapatan melalui berbagai mekanisme seperti perluasan akses pasar, pengurangan biaya transaksi dan operasional, penciptaan lapangan kerja baru, serta peningkatan inklusi keuangan. Namun, efektivitas dari mekanisme-mekanisme tersebut sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kemampuan digital UMKM, kualitas produk dan layanan, serta strategi pemasaran digital yang dijalankan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi ketersediaan infrastruktur digital, regulasi pemerintah, serta kekuatan ekosistem pendukung yang mencakup logistik, sistem pembayaran, dan pembiayaan. Strategi yang disarankan untuk mengoptimalkan peran platform digital antara lain adalah peningkatan literasi digital, pembangunan infrastruktur digital yang merata, regulasi yang berpihak pada UMKM, penguatan ekosistem pendukung, serta pengembangan model bisnis platform yang inklusif dan berorientasi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.335>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1).
- Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, N. R., Yasinta, M., & Putri, S. (2024). Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis. *LIABILITIES: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 35–43.
- Ayuningtyas, A. D. (2024). *Berapa Besar Kontribusi UMKM Atas PDB Indonesia?* Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/berapa-banyak-kontribusi-umkm-atas-pdb-indonesia-iZgHK>
- Caswito, A., Sulastri, S., Nur Octavia, L., M Napitupulu, T., & Baiquni Al Mahdi, M. H. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Makanan Tahu di Kota Bekasi Dengan Metode Analisis SWOT dan Business Model Canvas. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 13–21. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13455>
- Creswell, J. W., & N.Poth, C. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Effriando, M., Irwanto, T., Kurniawan, K., & Dehasen Bengkulu, U. (2024). The Effect Of Store Atmosphere And Experiential Marketing On Purchasing Decisions Of Angkringan Food And Drink At Selebar Cafe And Resto In Lebong Regency Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuma. *Bisnis Digital*, 3(2), 143–154.
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi digital umkm sektor kuliner di kelurahan jatinegara, jakarta timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–150.
- Hidayat, R., Sulistyawati, L., & Prabowo, B. (2022). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA di Era Digital Berbasis UMKM*. Airlangga University Press. <https://books.google.co.id/books?id=gJOIEAAQBAJ>
- Joy, H. J., Steven, Amalda, F., & Agnes. (2023). Impelementasi Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Umkm Ffburger. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 204–224.
- Lantowa, J., Harun, R., & Monoarfa, V. (2024). PKM Pelaku UMKM Melalui Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing di Desa Yosonegoro. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1).

- Maharani, B., Fendisty, A. L., Masjidin, U. L., Ardiyan, D., Rizky, N. D., & Hidayah, N. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang: Digital Marketing Training to Improve the Skills of MSMEs Players in Srumbung Village, Magelang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 434–440.
- Mujab, S. (2024). *Digitalisasi UMKM: Meningkatkan Daya Saing di Era Modern*. Founders.Co.Id.
- Putri, P. A. A. N., Amalo, F., Azizi, M., Alfiana, A., & Cakranegara, P. A. (2024). Manajemen risiko keuangan: Membangun kesiapan dan ketahanan finansial dalam menghadapi krisis dan perubahan ekonomi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 3126–3132.
- Ramadhani, N., Muna, M. S. S., Suryani, N., Aswah, S., & Safitri, W. (2025). Pelatihan Pemilihan Lokasi Usaha Strategis Pada UMKM Cendol Pasar Setu Di Kabupaten Bekasi: Tantangan Dan Potensi Ekspansi. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(01), 30–39.
- Riofita, H. (2017). Pengaruh motivasi finansial dan nonfinansial terhadap kinerja karyawan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Provinsi Riau. *In Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Riofita, H. (2024). AUGMENTING ISLAMIC DIGITAL PAYMENT EFFECT ON MUSLIM CUSTOMER PURCHASE DECISION ON MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES' (MSMEs) PRODUCTS. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 10(4), 735–758.