

## TRANSFORMASI UMKM DIGITAL BERBASIS POTENSI LOKAL

Oleh:

<sup>1</sup>Enny Diah Astuti\*, <sup>2</sup>Tarto, <sup>3</sup>Rahayu Tri Utami, <sup>4</sup>Venny Oktaviany

<sup>1,4</sup>Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi  
Jl. Sersan Aswan, RT.002/RW.009, Margahayu, Bekasi Timur, Bekasi, West Java 17113

<sup>2</sup> Universitas Muhammadiyah Tangerang  
Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang,  
Banten 15118

<sup>3</sup>Universitas Ihsan Satya  
Jl. Jombang Raya No.41, Jombang, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15414

\*Email penulis: ennydiah169@gmail.com<sup>1</sup>, tartoasmara45@gmail.com<sup>2</sup>,  
ayyu.sam@gmail.com<sup>3</sup>, venny@ibm.ac.id<sup>4</sup>

---

### ABSTRACT

*One important area of the Indonesian economy is MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises). The use of technology in marketing and transactions is only one aspect of MSMEs' digitization; other aspects include incorporating technology into production, distribution, financial administration, and customer service. But not everyone benefits equally from this shift, which is frequently impeded by a lack of funding, poor levels of digital literacy, and restricted access to technology. This study examined how MSME communities in Pengalengan, West Java, are driving the regional economy through economic empowerment initiatives. employing a qualitative approach model that offers an alternative viewpoint for comprehending the issues identified in the study in order to conduct a more thorough and in-depth analysis. MSMEs may boost efficiency and market access while also generating sustainable added value by leveraging digital technology to enhance local potential. An inclusive digital ecosystem that is sensitive to local dynamics and can support the transformation of Digital MSMEs based on local potential requires collaboration between MSME players, the government, academia, and the business sector to accomplish this change.*

**Keywords:** MSMEs, Transformation, Digital

---

### ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu sektor krusial dalam perekonomian Indonesia. Digitalisasi UMKM tidak hanya mencakup penggunaan teknologi dalam pemasaran dan transaksi, tetapi juga dalam proses produksi, distribusi, pengelolaan keuangan, serta pelayanan terhadap pelanggan. Namun, proses digitalisasi ini belum dirasakan secara merata karena masih adanya hambatan seperti keterbatasan dana, rendahnya literasi digital, dan akses teknologi yang masih minim. Penelitian ini mengkaji kegiatan UMKM di Pengalengan, Jawa Barat, dalam menggerakkan perekonomian lokal melalui program-program pemberdayaan ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menyajikan perspektif alternatif untuk memahami secara lebih mendalam berbagai tantangan yang dihadapi. Pemanfaatan teknologi digital dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan, khususnya jika diselaraskan dengan potensi lokal. Untuk mendukung

transformasi digital UMKM berbasis kearifan lokal, diperlukan sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah, kalangan akademisi, dan dunia usaha untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan responsif terhadap kondisi daerah.

**Kata kunci:** UMKM, Transformasi, Digital

---

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari ekonomi nasional, terutama di Indonesia. Lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia disumbang oleh sektor UMKM, yang juga menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, menurut data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan dalam melakukan adaptasi teknologi untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat.

Di era disrupsi pasar dan teknologi seperti saat ini, pelaku usaha yang mampu melakukan penyesuaian adalah mereka yang berpeluang untuk terus tumbuh. Sementara bagi mereka yang tidak mau memanfaatkan teknologi dan menyesuaikan permintaan pasar, akan stagnan. Bahkan, berpotensi untuk ditinggalkan. Pertumbuhan konsumsi yang relatif tinggi ini dijelaskan oleh kemudahan jual beli melalui platform yang berbeda, menciptakan kondisi bagi konsumen untuk mengakses barang dan jasa. “Salah satunya melibatkan belanja online atau *e-commerce*,”. Dalam rantai pasok global melalui *e-commerce*, maka UMKM dapat mencetak pemasukan lebih tinggi dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan penjualan offline.

Digitalisasi UMKM tidak hanya mencakup penggunaan teknologi dalam pemasaran dan transaksi, tetapi juga integrasi teknologi ke dalam proses produksi, distribusi, manajemen keuangan, dan pelayanan pelanggan. Namun, transformasi ini belum merata dan seringkali dihalangi oleh keterbatasan sumber daya, literasi digital yang rendah, dan akses yang terbatas terhadap teknologi.

Indonesia memiliki banyak potensi lokal yang luar biasa, termasuk kerajinan tangan, makanan lokal, dan sumber daya alam yang luar biasa. Sayangnya, pendekatan digital yang strategis belum memaksimalkan potensi ini sepenuhnya. Akibatnya, pendekatan transformasi digital berbasis potensi lokal menjadi strategi yang mendorong UMKM naik kelas dan memperkuat identitas lokal dalam peta ekonomi digital global.

Dengan mendukung potensi lokal melalui teknologi digital, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan akses pasar, tetapi juga dapat menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Untuk mencapai transformasi ini, diperlukan kerja sama antara pelaku UMKM, pemerintah, akademisi, dan sektor swasta untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan responsif terhadap dinamika lokal.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kondisi UMKM di Indonesia

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Hal ini menjadikan UMKM sebagai pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam menjaga stabilitas ekonomi

yang paling mendasar. Namun, sektor UMKM di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan struktural, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, teknologi, dan pasar. Pandemi COVID-19 yang terjadi pada tahun 2020–2021 memperparah kondisi ini, di mana sekitar 77% UMKM mengalami penurunan pendapatan dan sebagian besar lainnya menghadapi penurunan kapasitas produksi (DJKN, 2023). Kondisi ini mendorong pentingnya upaya akselerasi digitalisasi UMKM sebagai solusi pemulihan dan peningkatan daya saing.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, pemerintah mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai program nasional seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), serta kemitraan dengan platform e-commerce. Hingga akhir 2023, sekitar 27 juta UMKM di Indonesia telah tergabung dalam ekosistem digital, meningkat signifikan dari beberapa tahun sebelumnya (GoodStats, 2023). Target pemerintah adalah mencapai 30 juta UMKM terdigitalisasi pada 2024 (Kominfo, 2024). Digitalisasi tidak hanya membantu UMKM memperluas pasar, tetapi juga memungkinkan efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan. Namun, tantangan besar masih ada, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan kurangnya pendampingan berkelanjutan (Komite UMKM, 2022). Oleh karena itu, integrasi antara potensi lokal dan teknologi digital dinilai menjadi strategi yang relevan untuk menciptakan model UMKM yang tangguh dan berdaya saing global.

### **Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang**

Digitalisasi UMKM merupakan proses transformasi kegiatan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital, mulai dari pemasaran, transaksi keuangan, manajemen stok, hingga layanan pelanggan. Dalam konteks Indonesia, digitalisasi menjadi salah satu strategi utama pemerintah untuk meningkatkan daya saing UMKM, terutama pasca-pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi teknologi di sektor informal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Digitalisasi membuka berbagai peluang, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika, hingga awal 2024, sebanyak 22,8 juta UMKM telah tergabung dalam ekosistem digital, mendekati target nasional sebesar 30 juta UMKM pada akhir 2024 (Kominfo, 2024). Platform e-commerce, media sosial, dan layanan keuangan digital menjadi kanal utama dalam transformasi ini. Digitalisasi memungkinkan UMKM mengakses data konsumen, mengembangkan produk berbasis tren pasar, dan meningkatkan transparansi manajemen keuangan (Tambunan, 2020). Peluang lainnya adalah kolaborasi dengan platform digital besar seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, yang menyediakan dukungan pelatihan dan promosi produk lokal.

Diantara berbagai peluang tersebut, terdapat tantangan yang signifikan. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital pelaku UMKM, terutama di wilayah pedesaan dan pelosok. Banyak pelaku usaha mikro yang belum memahami penggunaan platform digital secara optimal, sehingga tidak mampu bersaing di pasar online (Komite UMKM Nasional, 2022). Kendala lain adalah keterbatasan infrastruktur digital, seperti akses internet yang belum merata di seluruh daerah. Selain itu, masih banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengakses pendanaan untuk mendukung digitalisasi bisnisnya (GoodStats, 2023). Perlu juga dicermati bahwa digitalisasi tanpa pelatihan yang memadai justru dapat menciptakan ketimpangan dan meningkatkan kesenjangan ekonomi antara UMKM perkotaan dan pedesaan. Strategi digitalisasi UMKM ke depan harus mencakup pelatihan berkelanjutan, kolaborasi strategis, dan dukungan regulasi yang inklusif untuk memastikan digitalisasi berdampak luas dan berkeadilan.

### **Potensi Lokal sebagai Pilar Penguatan UMKM**

Indonesia memiliki kekayaan potensi lokal yang dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM. Produk-produk lokal, seperti kerajinan tangan, kuliner khas daerah, dan sumber daya alam, memiliki daya tarik tersendiri di pasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu, pendekatan transformasi digital berbasis potensi lokal menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM. UMKM memiliki keterkaitan yang erat dengan potensi lokal, baik dari sisi sumber daya alam, budaya, kearifan lokal, maupun karakteristik sosial masyarakat di setiap daerah. Pemanfaatan potensi lokal tidak hanya memperkuat identitas produk UMKM, tetapi juga menjadi keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru oleh pelaku usaha dari luar daerah (Tambunan, 2020).

Produk berbasis lokal seperti kerajinan tangan, makanan khas daerah, dan produk agroindustri berbasis bahan baku lokal memiliki daya tarik tersendiri, baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan strategi pengembangan berbasis potensi lokal, UMKM mampu menciptakan nilai tambah dan memperluas pasar tanpa kehilangan keunikan produknya (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Menurut Badan Pusat Statistik (2023), lebih dari 60% UMKM di Indonesia bergerak di sektor perdagangan, makanan-minuman, dan kerajinan, yang sangat bergantung pada ketersediaan dan keberlanjutan potensi lokal. Oleh karena itu, sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan komunitas lokal menjadi krusial dalam memperkuat rantai nilai berbasis lokal. Namun, penguatan potensi lokal sering kali terhambat oleh keterbatasan akses terhadap teknologi, pasar, dan pendampingan usaha. Banyak produk lokal yang memiliki kualitas tinggi tetapi tidak mampu bersaing karena lemahnya branding dan minimnya inovasi (Komite UMKM Nasional, 2022). Digitalisasi berperan penting dalam mengangkat potensi lokal ke pasar yang lebih luas melalui platform *e-commerce* dan promosi digital.

Dengan pendekatan berbasis potensi lokal yang didukung oleh teknologi, UMKM tidak hanya menjadi penggerak ekonomi daerah tetapi juga agen pelestari budaya dan lingkungan. Penguatan ini menjadi landasan bagi UMKM yang tangguh, berkelanjutan, dan berdaya saing di era globalisasi.

### **Dukungan Pemerintah dan Infrastruktur Digital**

Transformasi digital UMKM tidak dapat berjalan optimal tanpa dukungan kebijakan publik dan penguatan infrastruktur digital yang merata. Pemerintah Indonesia, melalui berbagai kementerian dan lembaga, telah menjalankan sejumlah program strategis untuk mempercepat digitalisasi UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM, bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), menargetkan 30 juta UMKM masuk ekosistem digital pada akhir 2024. Pemerintah menjalankan program seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), PaDi UMKM, dan *Digital Talent Scholarship* sebagai bentuk intervensi langsung untuk meningkatkan literasi digital dan daya saing UMKM (Kominfo, 2024; Kemenkop UKM, 2023).

Kebijakan Rasio Pembiayaan Inklusif Makroprudensial (RPIM) yang diterapkan oleh Bank Indonesia mewajibkan perbankan nasional untuk menyalurkan sebagian kreditnya kepada UMKM. Ini menjadi bagian penting dari ekosistem pembiayaan digital yang mendukung pertumbuhan UMKM berbasis teknologi (Indonesia.go.id, 2023). Namun, digitalisasi juga menghadapi kendala struktural, terutama di wilayah pelosok dan pedesaan. Ketimpangan akses internet masih menjadi tantangan besar. Menurut data BPS (2023), terdapat disparitas akses internet yang signifikan antara UMKM di daerah perkotaan dan pedesaan. Hal ini berdampak pada tingkat adopsi teknologi yang tidak merata di seluruh Indonesia.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemerintah membangun infrastruktur penunjang seperti jaringan Palapa Ring dan menyediakan BTS (*Base Transceiver Station*) di wilayah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar). Kominfo juga memperluas pelatihan transformasi digital melalui kolaborasi dengan *platform digital* swasta seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee (Kominfo, 2024). Dengan dukungan regulasi, infrastruktur, dan insentif pembiayaan yang tepat, transformasi digital UMKM diharapkan dapat berlangsung secara inklusif dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang bergerak dalam kegiatan UMKM di Pangalengan, Jawa Barat sebagai penggerak ekonomi daerah. Model dilakukan menggunakan pendekatan ekonomi digital, ekonomi industri, manajemen perusahaan dan ekonomi regional. Keempat aspek keilmuan ini digunakan untuk memahami kekuatan dan kelemahan dalam sistem ekonomi digital yang diterapkan dalam basis perekonomian lokal.

Penelitian ini menggunakan model pendekatan kualitatif (*qualitative approach*) yang memberikan perspektif berbeda dalam memahami permasalahan yang ditemukan dalam penelitian agar dapat ditinjau secara lebih komprehensif dan lebih mendalam. Disamping itu dalam penelitian ini dilakukan pengembangan model partisipasi dan kolaborasi untuk penerapan teknologi digital di dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk mengoptimalkan potensi lokal sebagai landasan pengembangan UMKM daerah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Lokal sebagai Penguatan UMKM

Pangalengan, sebagai salah satu daerah sentra pertanian dan peternakan di Jawa Barat, memiliki potensi lokal yang sangat besar untuk dikembangkan melalui UMKM. Hasil pertanian seperti sayuran organik, kopi arabika, serta produk olahan susu sapi merupakan komoditas unggulan yang telah lama menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman, 80% di antaranya mengandalkan bahan baku dari desa sendiri dan mengedepankan nilai lokal sebagai identitas produk. Produk seperti susu pasteurisasi Pangalengan, kopi khas dataran tinggi, dan keripik berbahan sayur lokal menjadi contoh konkret pemanfaatan potensi lokal sebagai keunggulan kompetitif.

Pelaku UMKM mengakui bahwa pendekatan berbasis lokal memberi keunggulan dari segi keunikan, orisinalitas, serta kepercayaan pasar terhadap kualitas produk alami dan segar. Potensi ini diperkuat oleh lingkungan alam Pangalengan yang masih relatif bersih dan dikenal sebagai kawasan agrowisata. Narasi lokal seperti kisah peternak sapi perah generasi kedua atau petani kopi organik menjadi daya tarik tambahan dalam strategi pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan konsep *place-based development*, di mana kekuatan lokal dijadikan landasan pembangunan ekonomi berbasis komunitas.

Potensi lokal yang dimiliki belum sepenuhnya dikembangkan secara maksimal oleh pelaku UMKM. Banyak diantara pelaku usaha yang belum mampu mengolah keunikan lokal menjadi identitas merek yang kuat dalam pemasaran digital. Mayoritas pelaku UMKM belum memanfaatkan kemasan produk, cerita merek (*brand story*), dan nilai budaya lokal secara efektif. Akibatnya, meskipun produk memiliki kualitas yang baik, daya saing di pasar digital masih terbatas. Ini menunjukkan perlunya strategi branding yang terintegrasi dengan

narasi lokal agar nilai tambah produk dapat meningkat. Untuk menjaga keberlanjutan pelaku usaha juga harus menjaga kesinambungan pasokan bahan baku lokal. Faktor cuaca, ketergantungan pada hasil panen musiman, serta naik turunnya produksi susu masih menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penguatan UMKM berbasis potensi lokal tidak cukup hanya dengan digitalisasi pemasaran, tetapi juga harus dibarengi dengan pengelolaan rantai pasok yang lebih efisien dan terencana.

### **Tantangan dalam Transformasi Digital UMKM**

Digitalisasi UMKM di Pangalengan masih menghadapi berbagai tantangan, baik teknis maupun non-teknis. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro, terutama para pelaku usaha yang berusia diatas 40 tahun. Berdasarkan hasil observasi, banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan mengelola akun media sosial bisnis, membuat konten pemasaran, bahkan sekadar membedakan akun pribadi dan bisnis. Hal ini menyebabkan aktivitas pemasaran digital berjalan tidak konsisten dan tidak terukur secara efektif. Tantangan lainnya adalah keterbatasan peralatan pendukung digital. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki akses ke perangkat seperti laptop, kamera digital, atau aplikasi akuntansi berbasis cloud. Sebagian masih mencatat transaksi secara manual dan tidak memiliki dokumentasi visual produk yang memadai untuk dipasarkan secara online. Selain itu, masih ditemukan pelaku usaha yang ragu terhadap penggunaan pembayaran digital karena kekhawatiran terhadap penipuan atau kesalahan transaksi.

Aspek lain yang menjadi kendala adalah kurangnya pendampingan yang berkelanjutan. Meskipun telah mengikuti pelatihan digital dari pemerintah atau lembaga swasta, pelaku UMKM merasa bahwa materi pelatihan masih terlalu umum dan tidak sesuai dengan kebutuhan spesifik usaha mereka. Banyak yang membutuhkan pelatihan lanjutan seperti manajemen toko daring, strategi konten media sosial, dan penggunaan alat analitik untuk memahami perilaku konsumen digital. Tantangan digitalisasi juga dipengaruhi oleh keterbatasan jaringan internet di beberapa wilayah pedesaan Pangalengan. Beberapa desa masih mengalami sinyal tidak stabil yang menyulitkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara real-time atau berkomunikasi dengan konsumen melalui platform digital. Ketimpangan akses ini menjadi penghalang serius dalam upaya memperluas jangkauan pasar melalui transformasi digital.

### **Peluang Digitalisasi UMKM berbasis Potensi Lokal**

Menghadapi banyak tantangan, transformasi digital UMKM di Pangalengan menyimpan peluang besar. Semakin berkembangnya ekosistem digital, seperti *marketplace* lokal, layanan logistik terintegrasi, dan peningkatan konsumsi produk lokal oleh masyarakat perkotaan membuka ruang baru bagi UMKM untuk tumbuh. Peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk sehat, organik, dan berbasis lokal menjadi tren yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Pangalengan. Adopsi media sosial sebagai alat promosi terbukti sangat membantu pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Beberapa pelaku UMKM yang sudah aktif di Instagram atau TikTok mengaku mengalami peningkatan penjualan secara signifikan, terutama setelah memanfaatkan fitur video pendek untuk menampilkan proses produksi alami, testimoni konsumen, atau keindahan alam Pangalengan sebagai latar promosi. Hal ini memperlihatkan bahwa storytelling berbasis lokal dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif.

Peluang lain muncul dari kerjasama dengan sektor pariwisata. Produk-produk UMKM Pangalengan dapat dijadikan oleh-oleh atau bagian dari pengalaman wisata, seperti kunjungan ke peternakan, kebun kopi, atau workshop pembuatan olahan susu. Kolaborasi antara pelaku UMKM dan pelaku wisata lokal akan menciptakan sinergi ekonomi yang

saling menguntungkan, sekaligus memperkuat daya tarik Pangalengan sebagai destinasi agrowisata digital. Peluang digitalisasi juga datang dari program-program pemerintah pusat yang mendorong UMKM masuk ke ekosistem digital nasional. Dengan adanya kebijakan seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan target 30 juta UMKM terdigitalisasi pada 2024, pelaku usaha di daerah seperti Pangalengan memiliki peluang besar untuk mendapatkan akses promosi nasional, pelatihan gratis, dan peningkatan jejaring bisnis.

### **Dukungan Pemerintah dan Infrastruktur Digital**

Pemerintah daerah dan pusat menunjukkan komitmen dalam mendorong transformasi digital UMKM. Di tingkat lokal, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung secara aktif menyelenggarakan pelatihan digital dasar, seminar kewirausahaan, serta memberikan bantuan promosi melalui pameran UMKM dan media sosial resmi pemerintah daerah. Pelatihan yang dilakukan mencakup pembuatan konten digital, pengenalan *marketplace*, dan penggunaan aplikasi keuangan sederhana. Di sisi lain, infrastruktur digital di wilayah Pangalengan masih perlu penguatan. Meskipun jaringan internet sudah tersedia di sebagian besar desa, kualitas dan kecepatan akses belum merata. Beberapa UMKM yang berada di perbukitan melaporkan kesulitan dalam mengakses internet secara stabil, terutama saat mengunggah foto atau video produk ke platform digital. Peningkatan infrastruktur seperti penambahan BTS (*Base Transceiver Station*) dan jaringan fiber optik menjadi kebutuhan mendesak.

Pemerintah pusat melalui Kominfo juga mendukung transformasi digital dengan program seperti Digital Talent Scholarship dan pelatihan UMKM Go Online. Namun, keterjangkauan program ini masih terbatas karena kendala komunikasi dan belum adanya pendamping yang aktif di tingkat desa. Pelaku UMKM berharap adanya fasilitator lokal yang bisa secara rutin membimbing mereka dalam menjalankan strategi digital yang berkelanjutan.

Kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan akademisi sangat dibutuhkan untuk menciptakan ekosistem digital UMKM yang berkelanjutan. Dengan memperkuat kapasitas pelaku usaha, membangun infrastruktur yang merata, serta menumbuhkan jejaring digital antarwilayah, transformasi UMKM digital berbasis potensi lokal di Pangalengan dapat berjalan lebih cepat dan berdampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa potensi lokal di Pangalengan, seperti hasil pertanian, peternakan, dan produk olahan berbasis sumber daya alam setempat, merupakan kekuatan utama dalam membangun daya saing UMKM. Transformasi digital memberikan peluang signifikan bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Namun, pemanfaatan digitalisasi masih terbatas pada aktivitas promosi, sementara penggunaan teknologi untuk manajemen dan produksi masih rendah.

Tantangan utama dalam proses digitalisasi UMKM di Pangalengan meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat dan infrastruktur, serta kurangnya pendampingan yang berkelanjutan. Meskipun demikian, peluang besar tetap terbuka melalui tren konsumsi produk lokal dan dukungan dari sektor pariwisata serta program digitalisasi pemerintah. Penguatan branding lokal, pemanfaatan media sosial, dan integrasi dengan ekosistem digital nasional menjadi kunci keberhasilan transformasi ini.

Dukungan dari pemerintah pusat dan daerah sudah mulai terlihat melalui pelatihan dan program UMKM *Go Digital*, tetapi masih perlu ditingkatkan dari segi kontinuitas, relevansi materi, serta perluasan infrastruktur digital. Keterlibatan semua pihak, termasuk akademisi dan sektor swasta, menjadi penting untuk mempercepat transformasi UMKM secara inklusif dan berkelanjutan.

### Saran

#### 1. Penguatan Kapasitas SDM

Diperlukan program pelatihan digital lanjutan yang bersifat praktis, kontekstual, dan berkelanjutan. Pelatihan sebaiknya mencakup pembuatan konten kreatif, manajemen toko *online*, *digital branding*, serta penggunaan aplikasi bisnis sederhana. Pendampingan berbasis komunitas atau desa digital dapat menjadi strategi efektif dalam jangka panjang.

#### 2. Peningkatan Infrastruktur Digital

Pemerintah dan penyedia layanan telekomunikasi perlu memperluas jaringan internet berkualitas tinggi ke seluruh wilayah Pangalengan, terutama di daerah dengan potensi UMKM tinggi namun koneksi internet terbatas. Infrastruktur yang baik adalah prasyarat utama untuk mendukung transformasi digital secara merata.

#### 3. Integrasi UMKM dengan Sektor Pariwisata

UMKM lokal perlu diarahkan untuk memanfaatkan sinergi dengan sektor agrowisata yang berkembang di Pangalengan. Program seperti kemitraan produk oleh-oleh, paket wisata edukatif, dan promosi digital bersama dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk lokal.

#### 4. Pemanfaatan Potensi Lokal dalam Branding Digital

Pelaku UMKM perlu difasilitasi dalam mengembangkan identitas merek berbasis potensi lokal. Budaya, sejarah, dan proses produksi khas daerah harus diangkat sebagai kekuatan dalam pemasaran digital, khususnya melalui platform media sosial dan *marketplace*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E. D., & Rosita, R. (2024). Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 119-134.
- Astuti, E. D. (2019). Perencanaan Strategi Bisnis dengan Penerapan Corporate Entrepreneurship dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Studi Empiris Pada: UKM Industri Pakaian Jadi Kota Bekasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(1), 6-17.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*. Jakarta: BPS RI.
- DJKN. (2023). *Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara.
- GoodStats. (2023). *27 Juta UMKM Telah Go Digital Hingga 2023*.
- Indonesia.go.id. (2023). *UMKM Tumbuh, Kunci Pemulihan Ekonomi*.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Tahunan UMKM 2023*. Jakarta:

Kominfo. (2024). *Tahun 2024 Indonesia Targetkan 30 Juta Pelaku UMKM Adopsi Teknologi Digital*.

Komite UMKM Nasional. (2022). *Target Pemerintah: 30 Juta UMKM Masuk Ekosistem Digital Tahun 2024*.

Rosita, R., Astuti, E. D., & Budiasningrum, R. S. (2025). KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI CITA RASA, PRODUK DESAIN, DAN PENDISTRIBUSIAN (Studi kasus pada Pempek Palembang Gaby Bekasi). *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 1639-1647.

Tambunan, T. T. H. (2020). *UMKM di Indonesia: Menghadapi Era Digital dan Pandemi COVID-19*. Jakarta: LP3ES.