

EFEKTIVITAS KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENDORONG DIGITALISASI UMKM DI TINGKAT LOKAL DI INDONESIA

Oleh:
Tutik Rahayu

Universitas Pertiwi
Jl. Ir. H. Juanda No.133, RT. 002/RW. 001, Bekasi Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi,
Jawa Barat 17112

e-mail: tutikrahayu243@pertiwi.ac.id

ABSTRACT

Digital transformation is key to the competitiveness and desirability of MSMEs in Indonesia. The success of digitalization depends not only on the provision of technology, but also on digital literacy, changes in entrepreneurial mindsets, and support for an inclusive ecosystem. This study aims to assess the effectiveness of local government policies in encouraging MSME digitalization, including digital training, assistance in using e-commerce platforms, market access, and digital literacy. A descriptive qualitative approach with a policy study design was used, with data collected through in-depth interviews, field observations, and documentation studies. Analysis was conducted interactively to identify patterns, themes, and relationships between policies and MSME digital implementation, with triangulation of sources, techniques, and time to ensure data validity. The results indicate that local government efforts have yielded positive results through training, assistance, facilitation of e-commerce platforms, and the provision of digital infrastructure. However, MSME digital implementation remains partial, with simple content and minimal data-driven strategies. The success of digitalization is influenced by digital literacy, infrastructure availability, local government capacity, and local socioeconomic and cultural characteristics. This research underscores the need for a holistic and sustainable approach, including increased literacy, technical and financial support, and cross-stakeholder collaboration, to encourage the growth of competitive MSMEs in the digital economy.

Keywords: Government Policy, Digitalization, MSMEs, Local Level

ABSTRAK

Transformasi digital merupakan kunci daya saing dan keberlanjutan UMKM di Indonesia. Keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada penyediaan teknologi, tetapi juga pada literasi digital, perubahan pola pikir kewirausahaan, dan dukungan terhadap ekosistem inklusif. Studi ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kebijakan pemerintah daerah dalam mendorong digitalisasi UMKM, termasuk pelatihan digital, bantuan dalam penggunaan platform e-commerce, akses pasar, dan literasi digital. Pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kebijakan digunakan, dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Analisis dilakukan secara interaktif untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antara kebijakan dan adopsi digital UMKM, dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk memastikan validitas data. Hasil menunjukkan bahwa upaya pemerintah daerah telah memberikan hasil positif melalui pelatihan, bantuan, fasilitasi platform e-commerce, dan penyediaan infrastruktur digital. Namun, adopsi digital UMKM masih parsial, dengan konten yang

sederhana dan strategi berbasis data yang minimal. Keberhasilan digitalisasi dipengaruhi oleh literasi digital, ketersediaan infrastruktur, kapasitas pemerintah daerah, dan karakteristik sosial ekonomi dan budaya lokal. Penelitian ini menggarisbawahi perlunya pendekatan holistik dan berkelanjutan, termasuk peningkatan literasi, dukungan teknis dan finansial, serta kolaborasi lintas pemangku kepentingan, untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang kompetitif di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Kebijakan Pemerintah, Digitalisasi, UMKM, Tingkat Lokal

PENDAHULUAN

Transformasi digital kini telah menjadi fenomena global yang secara fundamental mengubah cara aktivitas ekonomi dilakukan, termasuk di negara berkembang seperti Indonesia. Digitalisasi bukan hanya penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam aktivitas sehari-hari, tetapi juga menuntut perubahan signifikan dalam model bisnis, pola interaksi antara produsen dan konsumen, dan metode manajemen bisnis secara keseluruhan. Dengan kata lain, digitalisasi memaksa setiap pelaku ekonomi untuk beradaptasi dengan dinamika baru yang lebih cepat, lebih efisien, dan lebih berbasis data (Pratama, 2021). Perubahan ini memiliki konsekuensi strategis bagi pembangunan ekonomi nasional. Pemerintah memainkan peran penting dalam menciptakan kerangka kebijakan yang tidak hanya mendorong penggunaan teknologi tetapi juga memastikan terciptanya ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan yang memberikan manfaat yang adil bagi semua lapisan masyarakat. Ini termasuk menyediakan infrastruktur digital, mendukung inovasi teknologi, dan regulasi yang memungkinkan pertumbuhan ekonomi digital yang sehat dan aman.

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), transformasi digital sangat penting. UMKM telah lama menjadi tulang punggung perekonomian, memainkan peran utama dalam menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, tanpa kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital, UMKM berisiko tertinggal dan kehilangan peluang pasar, baik lokal maupun global. Oleh karena itu, intervensi pemerintah dalam bentuk program pelatihan literasi digital, akses ke platform e-commerce, dan fasilitas pembiayaan berbasis teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM. Lebih lanjut, digitalisasi juga membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan efisiensi operasional, dan meningkatkan kualitas layanan. Misalnya, penggunaan sistem pembayaran digital memfasilitasi transaksi, sementara platform marketplace memungkinkan produk UMKM dikenal secara nasional dan bahkan internasional. Transformasi ini tidak hanya bersifat teknis tetapi juga menggeser pola pikir dan strategi bisnis UMKM, beralih dari pendekatan tradisional ke pendekatan yang lebih berbasis data, responsif terhadap kebutuhan konsumen, dan mampu memanfaatkan analisis pasar digital. Oleh karena itu, penguatan UMKM melalui transformasi digital bukan hanya tentang teknologi tetapi merupakan bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan. UMKM yang mampu bertransformasi secara digital memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam persaingan, meningkatkan produktivitas, dan berkontribusi lebih optimal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Peran pemerintah, sektor swasta, dan berbagai pemangku kepentingan sangat penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini bukan hanya karena jumlahnya yang besar, tetapi juga

karena peran signifikan mereka dalam menyerap tenaga kerja, menjadikan mereka fondasi utama bagi stabilitas sosial dan ekonomi di berbagai daerah. Kontribusi substansial UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional menggarisbawahi fakta bahwa sektor ini bukan hanya pelengkap tetapi juga tulang punggung aktivitas ekonomi. Salah satu keunggulan UMKM adalah tingkat ketahanan yang relatif tinggi terhadap berbagai guncangan ekonomi. Sejarah menunjukkan bahwa meskipun terjadi krisis global dan pandemi seperti COVID-19, banyak UMKM mampu bertahan dan bahkan dengan cepat menyesuaikan model bisnis mereka. Ketahanan ini muncul dari beberapa faktor, seperti fleksibilitas dalam skala bisnis, kemampuan beradaptasi dengan dinamika pasar lokal, dan efisiensi dalam penggunaan sumber daya yang tersedia. Namun, tantangan baru telah muncul dengan perkembangan pesat teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen, yang semakin bergantung pada layanan daring. Konsumen modern tidak hanya menuntut produk berkualitas tetapi juga pengalaman belanja yang cepat, nyaman, dan personal melalui platform digital. Dalam konteks ini, transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi UMKM agar tetap relevan dan kompetitif. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional melalui sistem manajemen yang lebih terintegrasi, seperti penggunaan perangkat lunak akuntansi, manajemen stok berbasis digital, dan sistem pembayaran elektronik. Lebih jauh lagi, digitalisasi juga membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, baik secara lokal, nasional, maupun internasional. Melalui pasar online dan media sosial, UMKM dapat memperkenalkan produk mereka kepada konsumen yang sebelumnya tidak terjangkau, sekaligus memanfaatkan data konsumen untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi dan perilaku pembelian. Hal ini memungkinkan UMKM untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren yang muncul. Selain itu, transformasi digital dapat menjadi pendorong inovasi produk dan layanan. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat mengembangkan produk baru, mempercepat proses produksi, atau bahkan menciptakan model bisnis baru yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Inisiatif digital juga membuka peluang kolaborasi antar UMKM atau antara UMKM dan perusahaan besar, lembaga keuangan, dan pemerintah, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya tentang bertahan dari gangguan ekonomi, tetapi juga tentang memperkuat fondasi daya saing jangka panjang UMKM. UMKM yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional dan strategi bisnis mereka akan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas penetrasi pasar, dan meningkatkan kualitas layanan. Secara keseluruhan, Hal ini akan memperkuat posisi UMKM sebagai pilar penting pembangunan ekonomi nasional dan sebagai agen adaptif perubahan di era ekonomi digital (Pratama, 2021).

Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen yang kuat untuk mempromosikan digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai bagian dari strateginya untuk memperkuat ekonomi nasional di era digital. Berbagai kebijakan telah dirumuskan dan diimplementasikan, termasuk pengembangan infrastruktur digital, peningkatan literasi digital UMKM, memfasilitasi integrasi dengan platform e-commerce, dan memperkuat sistem pembayaran digital melalui implementasi Standar Kode Respons Cepat Indonesia (QRIS). Kebijakan-kebijakan ini bertujuan untuk mempercepat inklusi UMKM dalam ekosistem ekonomi digital nasional untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan mendorong inklusi keuangan (Harsono, 2022). Namun, efektivitas kebijakan digitalisasi UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam konteks implementasi di tingkat daerah. Beberapa studi menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh kapasitas pemerintah daerah, kesiapan sumber daya manusia, dan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Penelitian oleh

Sarsabilla (2023) mengungkapkan bahwa implementasi kebijakan digitalisasi UMKM di daerah cenderung terbatas pada sosialisasi program, tanpa bantuan teknis dan peningkatan kapasitas yang berkelanjutan. Akibatnya, adopsi teknologi digital oleh UMKM masih suboptimal dan belum menghasilkan transformasi bisnis yang signifikan. Oleh karena itu, kebijakan digitalisasi UMKM perlu diarahkan pada pendekatan yang lebih kontekstual, berkelanjutan, dan kolaboratif. Transformasi digital bukan hanya tentang menyediakan teknologi; transformasi digital harus disertai dengan perubahan pola pikir, pengembangan keterampilan, dan dukungan kelembagaan yang konsisten. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, sektor swasta, dan masyarakat setempat merupakan kunci keberhasilan dalam mewujudkan UMKM yang adaptif dan kompetitif dalam ekonomi digital.

Di tingkat regional, keberadaan UMKM menunjukkan keragaman yang sangat kompleks, baik dari segi ukuran usaha, sektor dan jenis produk yang dihasilkan, latar belakang pendidikan dan pengalaman pelaku usaha, maupun tingkat penguasaan dan pemanfaatan teknologi digital. Keragaman ini menjadikan UMKM sebagai entitas ekonomi yang tidak dapat diperlakukan secara homogen. Oleh karena itu, kebijakan digitalisasi yang dirancang secara seragam, dari atas ke bawah, dan tidak mempertimbangkan konteks lokal cenderung tidak mampu mengatasi kebutuhan nyata UMKM di daerah tersebut. Dalam banyak kasus, kebijakan ini sulit diimplementasikan karena tidak selaras dengan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya lokal. Penelitian oleh Harsono (2022) menegaskan bahwa efektivitas kebijakan digitalisasi UMKM sangat bergantung pada keselarasan kebijakan tersebut dengan potensi, karakteristik, dan masalah lokal agar dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM. Lebih lanjut, digitalisasi UMKM bukan hanya proses adopsi teknologi, tetapi merupakan bagian dari transformasi struktural dalam manajemen bisnis. Namun, di banyak wilayah, kebijakan digitalisasi masih berorientasi pada pencapaian target administratif, seperti jumlah UMKM yang "terdaftar secara digital" atau memiliki akun media sosial, tanpa mempertimbangkan kesiapan keseluruhan pelaku bisnis. Padahal, literatur menunjukkan bahwa transformasi digital yang sukses membutuhkan pendekatan bertahap yang mencakup peningkatan kapasitas sumber daya manusia, perubahan pola pikir kewirausahaan, dan dukungan terhadap ekosistem digital yang berkelanjutan (Rizal & Rahmawati, 2021). Tanpa pendekatan ini, digitalisasi berisiko menjadi program simbolis yang tidak memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM.

Tantangan utama dalam implementasi kebijakan digitalisasi UMKM juga berkaitan erat dengan rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku bisnis, terutama di daerah pedesaan dan terbelakang. Banyak UMKM kurang memahami penggunaan strategis teknologi digital, mulai dari manajemen data pelanggan dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi hingga penggunaan sistem pembayaran digital dan platform e-commerce. Akibatnya, digitalisasi seringkali dipandang sempit, terbatas pada penggunaan media sosial untuk promosi produk, tanpa integrasi dengan sistem manajemen bisnis yang lebih efisien dan akuntabel (Kurniawan dkk., 2022). Situasi ini menghambat UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan memperluas akses pasar secara berkelanjutan. Selain aspek sumber daya manusia, infrastruktur teknologi yang terbatas juga merupakan hambatan serius dalam implementasi digitalisasi UMKM di berbagai daerah. Akses internet yang tidak merata, kualitas jaringan yang buruk, dan keterbatasan perangkat teknologi menyulitkan banyak UMKM untuk mengadopsi teknologi digital secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan digitalisasi UMKM tidak dapat dipisahkan dari kebijakan pengembangan infrastruktur digital yang inklusif. Sebuah studi oleh Prasetyo dan Nugroho (2023) menunjukkan bahwa daerah dengan dukungan infrastruktur digital yang memadai cenderung memiliki tingkat adopsi teknologi UMKM yang lebih tinggi dan kinerja bisnis

yang lebih baik daripada daerah dengan infrastruktur yang terbatas. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM harus dipahami sebagai proses transformasi bisnis yang komprehensif, yang mencakup perubahan dalam metode produksi, pemasaran, manajemen keuangan, dan pengambilan keputusan berbasis data. Kebijakan digitalisasi yang efektif perlu dirancang secara adaptif, partisipatif, dan berbasis kebutuhan lokal, disertai dengan program pendampingan, pelatihan literasi digital, dan penguatan infrastruktur teknologi. Tanpa upaya-upaya ini, digitalisasi UMKM berpotensi hanya menjadi slogan kebijakan, bukan instrumen strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM.(Sarsabilla, 2023).

Keefektifan suatu kebijakan publik tidak dapat dinilai hanya dari keberadaan peraturan formal atau jumlah program yang diluncurkan oleh pemerintah. Ukuran yang lebih substansial terletak pada sejauh mana kebijakan tersebut mampu menghasilkan perubahan nyata dan dirasakan langsung oleh kelompok sasaran. Dalam konteks digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), efektivitas kebijakan tercermin dalam peningkatan adopsi teknologi digital, seperti penggunaan platform e-commerce, sistem pembayaran digital, dan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Lebih lanjut, efektivitas kebijakan juga dapat diukur dengan peningkatan kinerja bisnis, produktivitas, perluasan akses pasar, dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan UMKM secara berkelanjutan. Pratama (2021) menekankan bahwa kebijakan digitalisasi UMKM akan lebih efektif jika tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas atau insentif teknologi, tetapi juga pada pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi erat antara pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan, dan masyarakat setempat yang memahami karakteristik UMKM di wilayah tersebut.

Selain itu, berbagai studi terbaru menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh kualitas implementasi kebijakan di tingkat operasional. Sebuah studi oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2021) mengungkapkan bahwa banyak UMKM masih menghadapi tantangan literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, dan kurangnya pemahaman tentang manfaat jangka panjang transformasi digital. Situasi ini menunjukkan bahwa kebijakan digitalisasi tidak dapat hanya bersifat top-down tetapi harus disertai dengan strategi pemberdayaan yang adaptif, kontekstual, dan berorientasi pada kebutuhan nyata UMKM di berbagai daerah (Pratama, 2021). Beberapa studi empiris juga mengidentifikasi kesenjangan yang signifikan antara tahap perumusan kebijakan dan implementasinya di lapangan. Koordinasi yang lemah antara instansi pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, seringkali menyebabkan tumpang tindih program dan rendahnya efektivitas distribusi bantuan digitalisasi UMKM. Lebih lanjut, keterbatasan anggaran daerah dan integrasi yang kurang optimal antara program lintas sektor merupakan faktor struktural yang menghambat pencapaian tujuan kebijakan. Penelitian oleh Suryani dan Nugroho (2022) menunjukkan bahwa banyak program digitalisasi UMKM diimplementasikan secara parsial dan tidak berkelanjutan karena minimnya sinergi antar aktor kebijakan, sehingga dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM menjadi kurang optimal.

Dalam kerangka kerja desentralisasi, pemerintah daerah memainkan peran yang sangat strategis sebagai penggerak utama dalam implementasi kebijakan digitalisasi UMKM. Keberhasilan program digitalisasi ini tidak hanya bergantung pada kebijakan yang dirumuskan oleh pemerintah pusat, tetapi juga sangat ditentukan oleh kapasitas kelembagaan, kualitas kepemimpinan, dan komitmen politik dari pemerintah daerah itu sendiri. Lebih lanjut, kemampuan pemerintah daerah untuk menjalin kemitraan sinergis dengan berbagai pihak, termasuk sektor swasta, lembaga pendidikan, masyarakat setempat, dan organisasi masyarakat sipil, merupakan faktor kunci dalam memperkuat efektivitas implementasi.

Sebuah studi oleh Rahayu dkk. (2023) menunjukkan bahwa daerah dengan kepemimpinan yang responsif terhadap kebutuhan UMKM, sistem koordinasi lintas sektoral yang terstruktur, dan penciptaan ekosistem digital yang inklusif cenderung mendorong tingkat digitalisasi UMKM yang lebih tinggi daripada daerah yang kurang responsif. Kepemimpinan yang responsif menekankan tidak hanya pengambilan keputusan yang cepat tetapi juga kemampuan untuk mendengarkan aspirasi pelaku UMKM, menyesuaikan kebijakan dengan konteks lokal, dan memfasilitasi inovasi berbasis teknologi. Sementara itu, koordinasi yang kuat antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat setempat menciptakan lingkungan yang mendukung transfer pengetahuan, akses ke modal, dan adopsi teknologi digital yang lebih merata. Lebih lanjut, digitalisasi UMKM tidak boleh dipandang sebagai program sekali jalan, tetapi sebagai proses berkelanjutan yang membutuhkan konsistensi, fleksibilitas, dan kesabaran dalam pelaksanaannya. Pemerintah daerah perlu mengadopsi pendekatan adaptif, di mana kebijakan dan program dapat disesuaikan dengan dinamika pasar, tren teknologi, dan kebutuhan spesifik UMKM di wilayah masing-masing. Hal ini juga membutuhkan mekanisme pemantauan dan evaluasi yang sistematis agar keberhasilan setiap langkah digitalisasi dapat diukur, masalah dapat diidentifikasi sejak dini, dan intervensi dapat diimplementasikan secara efektif. Lebih lanjut, peningkatan kapasitas digital bagi UMKM merupakan elemen penting. Program pelatihan, bantuan teknis, dan akses ke infrastruktur digital harus disinergikan dengan kebijakan pemerintah daerah agar UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mengembangkan inovasi produk atau jasa. Pemerintah daerah juga perlu mendorong kolaborasi antar UMKM, misalnya melalui pembentukan ekosistem digital berbasis komunitas, yang memungkinkan pertukaran pengalaman, pengembangan jaringan bisnis, dan inovasi bersama. Dengan demikian, peran pemerintah daerah dalam digitalisasi UMKM bersifat multidimensional: sebagai pembuat kebijakan, fasilitator ekosistem, penghubung antara UMKM dan sektor lain, serta pengawas implementasi. Keberhasilan digitalisasi UMKM di tingkat lokal bukan hanya tentang penyediaan teknologi, tetapi juga tentang tata kelola yang berkualitas, kepemimpinan adaptif, dan kemampuan untuk membangun kolaborasi yang efektif. Pendekatan ini akan memastikan bahwa digitalisasi UMKM tidak hanya meningkatkan produktivitas dan pendapatan tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif (Harsono, 2022).

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas secara ekstensif tentang UMKM dan digitalisasi, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan, khususnya mengenai efektivitas kebijakan pemerintah dalam mempromosikan digitalisasi UMKM di tingkat lokal di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung menekankan perspektif nasional, seperti evaluasi program strategis pemerintah, peraturan nasional terkait UMKM, atau analisis umum tentang daya saing UMKM di era digital. Studi-studi ini memberikan pemahaman yang luas tentang bagaimana UMKM dapat ditingkatkan di tingkat makro, tetapi kurang mencerminkan realitas di tingkat lokal, di mana implementasi kebijakan sering menghadapi tantangan kontekstual yang unik, seperti perbedaan infrastruktur digital, kemampuan teknologi pelaku UMKM, dan variasi dukungan pemerintah daerah. Fokus yang terbatas pada tingkat lokal ini menciptakan kebutuhan mendesak untuk penelitian yang lebih spesifik. Setiap daerah memiliki karakteristik uniknya sendiri—misalnya, tingkat penetrasi internet, kualitas jaringan telekomunikasi, ketersediaan pelatihan digital, dan budaya bisnis lokal. Faktor-faktor ini memengaruhi bagaimana kebijakan digitalisasi diterima dan diimplementasikan oleh UMKM. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji efektivitas kebijakan digitalisasi di tingkat lokal dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor keberhasilan dan hambatan implementasi, termasuk aspek sosial, ekonomi, dan teknologi. Lebih lanjut, pemahaman tentang dinamika lokal sangat penting karena kebijakan yang efektif di tingkat nasional

mungkin tidak berhasil di semua wilayah. Misalnya, strategi digitalisasi yang sukses di daerah perkotaan besar mungkin kurang efektif di daerah pedesaan dengan akses internet terbatas atau tingkat literasi digital yang rendah. Penelitian ini dapat mengeksplorasi strategi adaptif dan inovatif yang diterapkan oleh pemerintah daerah dan UMKM dalam mengatasi tantangan lokal, sehingga memberikan perspektif yang lebih realistis dan praktis tentang implementasi digitalisasi. Selain itu, penelitian ini berpotensi untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan digitalisasi UMKM, seperti peran pemerintah daerah dalam menyediakan pelatihan dan fasilitasi, dukungan pendanaan atau insentif, kolaborasi dengan platform digital, dan motivasi internal UMKM. Analisis mendalam terhadap faktor-faktor ini akan memungkinkan pembuatan kebijakan yang lebih tepat sasaran, kontekstual, dan berkelanjutan, sehingga tidak hanya meningkatkan kemampuan digital UMKM tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya penting secara akademis tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar rekomendasi kebijakan yang disesuaikan dengan karakteristik lokal, meminimalkan kesenjangan implementasi, dan memastikan bahwa transformasi digital UMKM dapat dilakukan secara efektif, adil, dan berkelanjutan di seluruh Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah pusat dan daerah dalam merancang strategi digitalisasi UMKM yang lebih responsif terhadap kondisi lokal, sekaligus berkontribusi pada literatur akademis tentang digitalisasi UMKM di tingkat subnasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis efektivitas kebijakan pemerintah dalam mendorong digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tingkat lokal di Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam konteks kebijakan, proses implementasi, serta pengalaman dan persepsi pelaku dan pemangku kepentingan UMKM terkait kebijakan digitalisasi yang telah diterapkan. Pendekatan ini relevan untuk digunakan dalam studi kebijakan publik yang menekankan makna, proses, dan dinamika sosial dalam implementasi kebijakan di tingkat lokal. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan desain studi kebijakan, yang berfokus pada pemeriksaan kebijakan pemerintah daerah terkait digitalisasi UMKM, seperti program pelatihan digital, bantuan dalam penggunaan platform digital, memfasilitasi akses pasar, dan dukungan untuk infrastruktur dan literasi digital. Penelitian deskriptif digunakan untuk secara sistematis dan faktual menggambarkan bagaimana kebijakan-kebijakan ini diimplementasikan dan sejauh mana kebijakan tersebut mendorong adopsi teknologi digital oleh UMKM (Sugiyono, 2022). Lokasi penelitian berada di tingkat lokal (kecamatan/kota) di Indonesia yang telah memiliki dan sedang menerapkan kebijakan atau program digitalisasi UMKM. Subjek penelitian meliputi UMKM yang terlibat dalam program digitalisasi, pejabat pemerintah daerah yang terlibat dalam perumusan dan implementasi kebijakan, serta fasilitator UMKM atau komunitas digital yang terlibat dalam implementasi kebijakan. Informan dipilih menggunakan metode pengambilan sampel bertujuan, dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung, pengalaman, dan relevansi mereka terhadap kebijakan digitalisasi UMKM yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk mengeksplorasi perspektif, pengalaman, dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM dan pemerintah daerah dalam menerapkan kebijakan digitalisasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung

penggunaan teknologi digital oleh UMKM, seperti penggunaan media sosial, pasar online, dan sistem pembayaran digital. Sementara itu, studi dokumentasi digunakan untuk menganalisis dokumen kebijakan, peraturan daerah, laporan program UMKM, dan publikasi resmi pemerintah yang relevan dengan digitalisasi UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif interaktif, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi yang berkelanjutan. Data yang diperoleh dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antara kebijakan pemerintah dan tingkat adopsi digital UMKM di tingkat lokal. Proses analisis ini dilakukan secara simultan dari tahap pengumpulan data hingga penulisan hasil penelitian untuk mendapatkan temuan yang komprehensif dan mendalam. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, termasuk triangulasi sumber, triangulasi teknis, dan triangulasi waktu. Penerapan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan keandalan data, sehingga hasil penelitian dapat dibenarkan secara ilmiah dan relevan sebagai bahan evaluasi kebijakan digitalisasi UMKM di tingkat lokal (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah di tingkat kabupaten/kota telah menerapkan berbagai kebijakan dan program untuk mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari transformasi ekonomi digital. Kebijakan-kebijakan ini berfokus pada peningkatan akses UMKM ke platform digital, seperti pasar online, sistem pembayaran tanpa uang tunai, dan pemasaran berbasis media sosial. Berbagai studi menegaskan bahwa digitalisasi merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional, khususnya dalam mengatasi perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital (Susanti, 2020). Namun, implementasi kebijakan digitalisasi UMKM di tingkat regional menunjukkan tingkat keberhasilan yang bervariasi. Variasi ini terlihat dari intensitas program, kualitas pendampingan, dan kemampuan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa koordinasi program yang lemah, kapasitas kelembagaan regional yang terbatas, dan literasi digital yang rendah di kalangan pelaku bisnis merupakan faktor yang menghambat optimalisasi digitalisasi UMKM. Akibatnya, manfaat kebijakan digital belum dirasakan secara merata oleh semua UMKM di berbagai wilayah (Pratama & Nugroho, 2022).

Selain faktor kelembagaan, perbedaan kondisi sosial ekonomi dan ketersediaan infrastruktur digital juga memengaruhi tingkat adopsi teknologi oleh UMKM. UMKM yang berlokasi di daerah dengan akses internet yang memadai dan lingkungan bisnis yang adaptif terhadap teknologi cenderung bertransformasi secara digital lebih cepat daripada UMKM di daerah dengan infrastruktur terbatas. Oleh karena itu, berbagai studi menekankan pentingnya pendekatan kebijakan yang kontekstual dan berbasis wilayah agar digitalisasi UMKM tidak hanya bersifat administratif tetapi dapat secara signifikan mendorong peningkatan produktivitas dan keberlanjutan bisnis (Rachmawati & Ramadhan, 2023).

Tabel 1 Bentuk-Bentuk Kebijakan Digitalisasi UMKM di Tingkat Lokal

Jenis Kebijakan	Formulir Implementasi	Aktor Akting	Temuan Lapangan
Pelatihan digital	Pelatihan media sosial, marketplace, dan pencatatan keuangan digital.	Layanan Koperasi & UMKM	Pelatihan rutin, tetapi durasinya singkat dan belum berkelanjutan.
Bantuan UMKM	Komunitas mentor digital/UMKM	Pemerintah daerah dan masyarakat	Efektif untuk UMKM aktif, jangkauannya kurang luas untuk UMKM tradisional.
Fasilitasi pasar	Pendaftaran UMKM ke e-commerce	Pemerintah daerah dan mitra platform	UMKM dibantu secara teknis, tetapi masih pasif dalam hal manajemen.
Dukungan infrastruktur	Wi-Fi publik, aplikasi UMKM regional	Pemerintah daerah	Tidak terdistribusi secara merata di semua wilayah.

1. Tingkat Adopsi Digital UMKM sebagai Dampak Kebijakan

Observasi dan wawancara menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah daerah telah mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi digital sejak dini, khususnya dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai saluran promosi dan transaksi. Sebagian besar informan UMKM telah membuat akun media sosial dan mendaftar di setidaknya satu marketplace, menunjukkan kesadaran akan pentingnya kehadiran digital dalam menghadapi persaingan bisnis (Riu, Windarsari, & Hardiyanti, 2024). Penggunaan platform digital ini memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan memperkuat citra merek UMKM (Sapthiarsyah & Junita, 2024). Namun, adopsi teknologi digital oleh UMKM masih parsial dan instrumental. Banyak bisnis hanya menggunakan media sosial dan marketplace sebagai alat promosi, tanpa strategi digital yang komprehensif dan terintegrasi. Misalnya, konten yang diunggah masih sederhana, tidak konsisten, dan minim memanfaatkan analisis data transaksi untuk pengambilan keputusan strategis (Simorangkir dkk., 2025). Studi lain mengkonfirmasi bahwa transformasi digital UMKM sering menghadapi hambatan konseptual dan struktural, yang mengakibatkan adopsi teknologi yang hanya bersifat dangkal tanpa mengubah model bisnis mereka secara mendasar (Santika & Suardana, 2025).

Lebih lanjut, literatur menunjukkan bahwa kehadiran digital yang efektif tidak hanya berarti memiliki marketplace atau akun media sosial, tetapi juga membutuhkan strategi konten yang relevan, publikasi yang konsisten, pemanfaatan fitur iklan berbayar, dan kolaborasi dengan influencer untuk penetrasi pasar yang optimal (Ario Johan & Lukviana Wati, 2025). Penggunaan terintegrasi dari strategi-strategi ini dapat meningkatkan kinerja pemasaran digital UMKM dibandingkan dengan adopsi parsial yang hanya bersifat promosi (Santika & Suardana, 2025). Dengan demikian, meskipun kebijakan pemerintah telah mendorong adopsi digital sejak dini, transformasi UMKM menuju digitalisasi yang komprehensif dan strategis masih perlu diperkuat. Bantuan dalam literasi digital, pelatihan dalam strategi pemasaran digital, dan insentif untuk integrasi teknologi yang komprehensif merupakan kunci untuk memastikan UMKM tidak hanya hadir secara digital tetapi juga benar-benar kompetitif di era ekonomi digital (Simorangkir dkk., 2025).

2. Persepsi Pelaku UMKM tentang Efektivitas Kebijakan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, UMKM secara umum memandang kebijakan pemerintah daerah untuk mendorong digitalisasi bisnis sebagai langkah positif dan bermanfaat, karena pelatihan dan pendampingan yang diberikan mampu memperluas wawasan pelaku bisnis tentang urgensi teknologi digital dalam persaingan pasar saat ini; hal ini sejalan dengan temuan Salkiah dan Putra (2025) yang menunjukkan bahwa

kebijakan pemerintah memiliki dampak positif dalam meningkatkan akses UMKM ke pasar digital dan pemahaman tentang teknologi digital. Namun, banyak UMKM juga menyampaikan kritik substantif mengenai keberlanjutan program dan relevansi materi pelatihan. Misalnya, meskipun pelatihan awal memberikan dasar-dasar literasi digital, beberapa UMKM merasa materi tersebut terlalu umum dan tidak cukup spesifik untuk kebutuhan bisnis mereka, seperti pemasaran digital tingkat lanjut atau pengelolaan platform e-commerce lokal—masalah yang juga dibahas oleh Saputra dkk. (2025) bahwa literasi digital yang terbatas tetap menjadi hambatan utama dalam transformasi digital UMKM. Lebih lanjut, pendampingan pasca-pelatihan yang terbatas sering disebut sebagai hambatan utama, karena setelah program resmi berakhir, banyak UMKM masih kesulitan mengelola akun digital mereka secara mandiri. Temuan ini さらに didukung oleh penelitian tentang pendampingan berkelanjutan untuk transformasi digital UMKM, yang menyatakan bahwa pendampingan berkelanjutan melalui pasar lokal dan pemantauan pasca pelatihan sangat penting untuk meningkatkan kemampuan digital para pengusaha.

Kritik lainnya mencakup kurangnya penyesuaian materi dengan kebutuhan spesifik setiap UMKM, yang secara teoritis berkaitan dengan kebutuhan materi pelatihan berbasis konteks untuk memungkinkan UMKM menerapkan pengetahuan digital secara lebih efektif (misalnya, mengelola pemasaran digital intensif di wilayah tertentu). Dengan demikian, meskipun sebagian besar UMKM mengakui dampak positif kebijakan pemerintah daerah dalam meningkatkan literasi digital dasar dan akses ke teknologi, mereka juga menekankan perlunya peningkatan desain pelatihan dengan fokus pada pendampingan pasca-pelatihan, penyesuaian materi dengan karakteristik bisnis, dan dukungan tindak lanjut untuk memastikan transformasi digital yang berkelanjutan dan mandiri.

3. Peran Pemerintah Daerah dan Para Pemangku Kepentingan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi kebijakan digitalisasi untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat bergantung pada keterlibatan aktif pemerintah daerah sebagai fasilitator, koordinator, dan pengawas. Pemerintah daerah tidak hanya berperan sebagai regulator tetapi juga sebagai penghubung strategis, menjembatani berbagai pemangku kepentingan, termasuk UMKM, komunitas digital, akademisi, dan penyedia platform teknologi. Kolaborasi yang kuat antara pemerintah daerah dan pemangku kepentingan menciptakan sinergi yang mempercepat adopsi teknologi digital, meningkatkan literasi digital UMKM, dan memperluas akses pasar melalui platform daring. Lebih lanjut, peran fasilitator UMKM dan komunitas digital terbukti sangat penting sebagai perantara antara kebijakan yang dirancang pemerintah dan praktik di dunia nyata. Fasilitator ini tidak hanya membantu UMKM memahami dan memanfaatkan teknologi digital tetapi juga memberikan dukungan teknis yang lebih mendalam dan intensif, yang seringkali sulit dilakukan oleh pejabat pemerintah daerah karena keterbatasan sumber daya manusia atau waktu. Misalnya, fasilitator dapat memberikan pelatihan sederhana namun efektif tentang penggunaan platform e-commerce, strategi pemasaran digital, manajemen media sosial, dan analisis data konsumen. Dengan dukungan ini, UMKM dapat beradaptasi lebih cepat terhadap transformasi digital, mengurangi kesalahan implementasi, dan meningkatkan daya saing di pasar lokal dan global.

Temuan penelitian ini juga menegaskan bahwa kebijakan digitalisasi UMKM tidak dapat diimplementasikan secara top-down atau hanya sebagai instruksi dari pemerintah kepada pelaku bisnis. Pendekatan kolaboratif dan partisipatif terbukti lebih efektif karena melibatkan berbagai pemangku kepentingan dari tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi kebijakan. Misalnya, pemerintah daerah dapat melibatkan komunitas digital

dalam merancang modul pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM lokal, sementara universitas dapat berperan dalam menyediakan penelitian yang relevan atau inovasi teknologi terbaru. Pendekatan ini memastikan bahwa kebijakan tidak hanya bersifat formal tetapi juga adaptif terhadap kebutuhan nyata di lapangan dan mampu menciptakan dampak yang berkelanjutan. Lebih lanjut, kolaborasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan juga mendorong terciptanya ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM. Ekosistem ini mencakup akses ke modal usaha, pelatihan manajemen bisnis berbasis data, dukungan teknis digital, dan jaringan pemasaran yang lebih luas. Dengan membangun ekosistem tersebut, pemerintah daerah bertindak tidak hanya sebagai regulator tetapi juga sebagai katalis, mendorong inovasi, kreativitas, dan ketahanan ekonomi bagi UMKM di era digital. Dengan demikian, keberhasilan kebijakan digitalisasi UMKM sangat bergantung pada peran terintegrasi pemerintah daerah, fasilitator UMKM, komunitas digital, akademisi, dan sektor swasta. Strategi implementasi kolaboratif dan partisipatif telah terbukti meningkatkan efektivitas kebijakan, mempercepat adopsi teknologi, dan memperkuat kapasitas UMKM untuk menghadapi tantangan ekonomi modern yang semakin digital dan kompetitif. Pendekatan ini menekankan bahwa pembangunan ekonomi digital di tingkat lokal tidak dapat dicapai secara terisolasi, melainkan melalui sinergi dan kolaborasi antar pemangku kepentingan.

4. Hambatan dalam Implementasi Kebijakan Digitalisasi UMKM

Penelitian ini menyoroti sejumlah hambatan signifikan yang dihadapi dalam implementasi kebijakan digitalisasi untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tingkat lokal. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan UMKM. Banyak pengusaha, khususnya UMKM mikro dan tradisional, tidak terbiasa menggunakan teknologi digital, baik untuk pemasaran, transaksi online, maupun administrasi bisnis. Akibatnya, meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai program dan platform digital, adopsi dan pemanfaatannya masih terbatas. Rendahnya literasi digital ini mencakup tidak hanya keterampilan teknis dalam mengoperasikan perangkat dan aplikasi, tetapi juga pemahaman tentang keamanan data, strategi pemasaran digital, dan manajemen keuangan online, yang semuanya sangat penting untuk keberhasilan transformasi digital.

Selain itu, kesenjangan infrastruktur teknologi merupakan hambatan yang sama pentingnya. Di beberapa daerah, khususnya daerah pedesaan atau terpencil, koneksi internet yang stabil dan cepat masih sulit diakses. Situasi ini membatasi akses UMKM untuk memanfaatkan platform digital secara optimal. Infrastruktur yang tidak merata juga berdampak pada efektivitas program pelatihan dan pendampingan digital, karena materi dan pelatihan yang diberikan mungkin tidak dapat diakses secara daring, sehingga UMKM bergantung pada metode konvensional yang lebih lambat dan terbatas. Hambatan lain yang teridentifikasi adalah keterbatasan anggaran dan sumber daya dari pemerintah daerah. Implementasi program digitalisasi membutuhkan investasi yang signifikan, mulai dari pengadaan perangkat keras dan pengembangan platform digital hingga pelatihan sumber daya manusia. Pemerintah daerah sering menghadapi kendala anggaran, sehingga alokasi untuk digitalisasi UMKM harus bersaing dengan program pembangunan dan layanan publik lainnya. Situasi ini membatasi ruang lingkup program digitalisasi, baik dari segi jumlah peserta, intensitas pelatihan, maupun dukungan teknis yang diberikan. Akibat kombinasi hambatan-hambatan tersebut, kebijakan digitalisasi UMKM belum sepenuhnya mencapai tujuan yang diinginkan. UMKM mikro dan tradisional, yang seringkali menjadi tulang punggung perekonomian lokal, masih kesulitan untuk bertransformasi menjadi ekosistem digital. Hal ini berdampak pada kemampuan mereka untuk meningkatkan daya saing, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memaksimalkan potensi ekonomi digital. Bahkan, kesenjangan antara UMKM yang telah beradaptasi

dengan teknologi dan yang tetap konvensional cenderung semakin melebar, sehingga memerlukan perhatian khusus untuk mencegah transformasi digital menciptakan kesenjangan baru di sektor UMKM. Oleh karena itu, studi ini menekankan perlunya strategi yang lebih komprehensif dan inklusif, yang tidak hanya berfokus pada penyediaan teknologi tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan infrastruktur, dan penyediaan dukungan keuangan dan kebijakan yang berkelanjutan. Pendekatan kolaboratif antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku bisnis di lapangan sangat penting untuk menciptakan ekosistem digital yang kondusif bagi semua kategori UMKM, termasuk yang berada di tingkat mikro dan tradisional. Dengan cara ini, transformasi digital UMKM dapat menjadi lebih adil, berkelanjutan, dan benar-benar mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing sektor usaha kecil dan menengah.

Tabel 2 Hambatan dalam Implementasi Kebijakan Digitalisasi UMKM

Jenis-Jenis Rintangan			Keterangan
Literasi digital			UMKM mengalami kesulitan dalam mengelola teknologi secara mandiri.
Infrastruktur			Akses internet belum terdistribusi secara merata.
Sumber	daya	manusia	Pendamping terbatas
pemerintah			
Keberlanjutan kebijakan			Program jangka panjang yang tidak terintegrasi
Budaya bisnis			Resistensi terhadap perubahan digital

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa upaya pemerintah daerah untuk mendorong digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menunjukkan tingkat keberhasilan yang cukup tinggi pada tahap awal pengenalan dan adopsi teknologi digital. Hal ini berarti UMKM mulai terbiasa menggunakan aplikasi digital, platform e-commerce, dan media sosial untuk kegiatan promosi atau transaksi. Namun, pada tahap selanjutnya, yaitu transformasi digital yang lebih komprehensif dan berkelanjutan, seperti integrasi sistem digital dalam manajemen keuangan, logistik, produksi, dan layanan pelanggan, kebijakan-kebijakan tersebut belum menunjukkan efektivitas maksimal. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengenalan teknologi dan pemanfaatan strategis untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM dalam jangka panjang.

Keefektifan kebijakan-kebijakan ini sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, konteks lokal memainkan peran penting karena karakteristik UMKM, tingkat literasi digital masyarakat, infrastruktur teknologi, dan kondisi ekonomi regional bervariasi. Kedua, kapasitas pemerintah daerah untuk merancang, mengimplementasikan, dan memantau kebijakan digitalisasi menentukan sejauh mana program-program ini dapat berjalan lancar dan efektif. Ketiga, kesiapan UMKM sebagai penerima kebijakan juga merupakan faktor kunci; UMKM dengan keterampilan digital yang terbatas atau kurangnya sumber daya untuk investasi teknologi cenderung menghadapi hambatan dalam transformasi digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan perspektif Sugiyono (2022), yang menekankan bahwa efektivitas kebijakan publik tidak hanya ditentukan oleh desain atau rencana kebijakan itu sendiri, tetapi juga sangat bergantung pada proses implementasi dan interaksi antara berbagai aktor terkait di lapangan. Interaksi ini meliputi kolaborasi antara pemerintah daerah, asosiasi UMKM, penyedia teknologi, dan masyarakat sebagai konsumen dan pelaku ekonomi. Dalam konteks digitalisasi UMKM, ini berarti bahwa keberhasilan kebijakan membutuhkan pendekatan holistik, yaitu tidak hanya menyediakan akses teknologi tetapi juga pelatihan, pendampingan, dan dukungan

ekosistem yang memadai sehingga UMKM dapat mengadopsi teknologi secara optimal dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, kebijakan digitalisasi UMKM di tingkat lokal harus diarahkan pada strategi yang lebih kontekstual berdasarkan kebutuhan aktual UMKM. Pendekatan tersebut dapat mencakup analisis kesiapan digital UMKM, identifikasi hambatan yang mereka hadapi, dan pengembangan program yang fleksibel dan adaptif yang disesuaikan dengan karakteristik lokal. Lebih lanjut, upaya untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat transformasi digital, mendorong kolaborasi dengan sektor swasta, dan memfasilitasi akses ke pembiayaan digital merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa digitalisasi tidak berhenti pada tahap adopsi awal, tetapi berkembang menjadi transformasi komprehensif dan berkelanjutan yang memberikan dampak nyata pada peningkatan produktivitas, inovasi, dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, implementasi kebijakan digitalisasi UMKM perlu dilihat sebagai proses dinamis, bukan sekadar program satu arah. Transformasi digital UMKM yang sukses membutuhkan kombinasi strategi kebijakan yang tepat, kapasitas internal UMKM, dukungan pemerintah, dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Pendekatan tersebut tidak hanya meningkatkan efektivitas kebijakan tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi lokal dan membuka peluang bagi UMKM untuk tumbuh secara berkelanjutan di era digital yang semakin kompetitif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi, dapat disimpulkan bahwa upaya pemerintah daerah untuk mendorong digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menunjukkan hasil positif pada tahap awal implementasi. Kebijakan yang diimplementasikan meliputi pelatihan literasi digital, pendampingan UMKM, memfasilitasi pendaftaran di platform e-commerce, dan menyediakan infrastruktur digital, seperti Wi-Fi publik dan aplikasi lokal untuk mendukung kegiatan UMKM. Program-program ini telah berhasil meningkatkan kesadaran bisnis mengenai pentingnya transformasi digital dalam menghadapi persaingan pasar modern, sekaligus memperkenalkan mereka pada praktik operasional berbasis teknologi. Sebagian besar UMKM telah membuat akun bisnis di media sosial dan terdaftar di setidaknya satu marketplace, menunjukkan tingkat adopsi digital awal yang relatif tinggi. Kehadiran digital ini, meskipun masih sederhana, memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan memperkuat citra merek UMKM. Namun, transformasi digital yang dilakukan oleh UMKM masih bersifat parsial dan instrumental. Banyak bisnis hanya menggunakan media sosial dan marketplace sebagai alat promosi tanpa mengintegrasikan strategi digital yang komprehensif. Konten yang diunggah seringkali sederhana, tidak konsisten, dan menggunakan analisis data minimal untuk pengambilan keputusan strategis. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengenalan teknologi dan pemanfaatannya secara optimal untuk meningkatkan efisiensi operasional, manajemen keuangan, dan model bisnis UMKM secara keseluruhan. Studi sebelumnya juga menegaskan bahwa transformasi digital UMKM seringkali terbatas pada adopsi yang dangkal, tanpa mengubah struktur bisnis secara fundamental.

Keberhasilan implementasi kebijakan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor kontekstual dan struktural. Pertama, literasi digital UMKM merupakan penentu utama. Banyak UMKM, khususnya di tingkat mikro dan tradisional, masih kesulitan menggunakan teknologi digital secara mandiri, baik dalam mengelola akun marketplace,

media sosial, maupun administrasi bisnis berbasis digital. Literasi digital yang rendah mencakup aspek teknis, seperti pengoperasian perangkat dan aplikasi, serta pemahaman strategis tentang pemasaran digital, keamanan data, dan analisis keuangan online. Kedua, ketersediaan infrastruktur digital merupakan faktor pembatas. Di beberapa wilayah, terutama daerah terpencil, koneksi internet yang stabil dan cepat masih sulit diakses, sehingga membatasi akses UMKM ke platform digital dan menghambat akses optimal ke program pelatihan online. Ketiga, kapasitas pemerintah daerah untuk merancang, mengimplementasikan, dan memantau kebijakan digitalisasi juga menentukan efektivitas program. Keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, dan mentor membatasi ruang lingkup program, baik dari segi jumlah peserta, intensitas pelatihan, maupun dukungan teknis. Keempat, karakteristik sosial ekonomi dan budaya bisnis lokal juga memengaruhi adopsi teknologi, dengan resistensi terhadap perubahan digital menjadi hambatan tambahan bagi beberapa UMKM. Lebih lanjut, studi ini menyoroti peran penting kolaborasi lintas pemangku kepentingan dalam mendukung digitalisasi UMKM. Pemerintah daerah tidak hanya bertindak sebagai regulator tetapi juga sebagai fasilitator, menjembatani berbagai pihak, termasuk UMKM, komunitas digital, akademisi, dan penyedia platform teknologi. Kolaborasi ini memungkinkan sinergi yang mempercepat adopsi teknologi digital, meningkatkan literasi digital, dan memperluas akses pasar UMKM. Mentor UMKM, baik dari komunitas digital maupun mentor independen, telah terbukti sangat efektif dalam memberikan dukungan teknis intensif, mulai dari pelatihan penggunaan platform e-commerce, strategi pemasaran digital, manajemen media sosial, dan analisis data konsumen. Peran ini sangat penting karena keterbatasan kapasitas pemerintah daerah menyulitkan untuk memberikan bantuan langsung dari pejabat secara optimal. Wawancara dengan UMKM juga menunjukkan bahwa mayoritas memandang kebijakan pemerintah daerah secara positif, khususnya dalam meningkatkan literasi digital dasar dan akses ke teknologi. Namun, mereka juga mengkritik keberlanjutan program, relevansi materi pelatihan, dan dukungan pasca pelatihan. Beberapa UMKM menyatakan bahwa materi pelatihan terlalu umum dan tidak cukup disesuaikan dengan kebutuhan bisnis mereka, seperti strategi pemasaran digital tingkat lanjut atau pengelolaan pasar lokal. Selain itu, dukungan pasca-pelatihan yang terbatas menyulitkan UMKM untuk mengelola akun digital mereka secara mandiri, sehingga mengakibatkan dampak transformasi digital yang kurang optimal. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Saputra dkk. (2025), yang menekankan pentingnya dukungan berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan digital para pelaku bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, NPNC, & Nasution, AYAH (2025). Pentingnya Penerapan ECommerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pijar*, 1(3), 570.
- Harsono, Budi. (2022). “Kebijakan Digitalisasi UMKM Berbasis Potensi Lokal dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha.” *Jurnal Kebijakan Publik* 14 (2): 145–160.
- Harsono, S. (2022). Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Mendorong Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah. *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan*, 7(2), 101–118.

- Hidayat, R. (2025). Digitalisasi UMKM dan Peningkatan Daya Saing di Pasar Global. *Catatan Ekonomi*, 1(2), 82.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Peta Jalan Transformasi Digital UMKM Indonesia*. Jakarta : Kemenkop UKM RI.
- Krisdamayanti, I., Rusiadi, R., & Sakuntala, D. (2025). Transformasi Digital dan Pembangunan Usaha Kecil dan Menengah di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen OPTIMAL*, 5(3), 229–239.
- Kurniawan, Rizky, Diah P. Sari, dan Nur Lestari. 2022. “Literasi Digital dan Transformasi UMKM di Era Ekonomi Digital.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 24 (1): 55–68.
- Kurniawati, SB, Widodo, ZD, Lusia, A., & Alamshah, STZ (2025). Digitalisasi UMKM melalui Pelatihan Pengelolaan Produk Berbasis Website, Pemasaran Media Sosial, dan Pemanfaatan Shopee sebagai E-commerce Partner. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 83-93.
- Kusufa, F., Tanuwijaya, S., & Sandora, A. (2025). Eksplorasi transformasi digital dan inovasi UMKM era ekonomi digital di Malang Raya. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 20(4), 47350.
- Nastiti, A. (2024). Transformasi Digital UMKM: Strategi Ekspansi Pasar dan Kemudahan Pembayaran di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 230–234.
- Nurachmad, E., Mulyana, M., Sukamto, A., & Mulia, I. (2025). Adopsi Sistem Informasi Manajemen Berbasis Digital dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 629–634.
- Prasetyo, Andi, dan Yanuar Nugroho. 2023. “Infrastruktur Digital dan Adopsi Teknologi pada UMKM Daerah Tertinggal.” *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan* 18 (1): 89–104.
- Pratama, A. (2021). Efektivitas Kebijakan Digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik*, 18(2), 145–160.
- Pratama, EB (2021). Peran Kebijakan Publik dalam Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 45–58.
- Pratama, RA, & Nugroho, A. (2022). Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 85–98.
- Rachmawati, D., & Ramadhan, F. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Teknologi Digital pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 45–58.
- Rahayu, S., Wibowo, A., & Hidayat, R. (2023). Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong Transformasi UMKM Digital. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 21(3), 201–218.

- Ramadhani, N., Sugesti, AI, Sagita, DN, & Purwanto, E. (2025). Pemanfaatan Marketplace Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Sarana Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(2).
- Riu, IA, Windarsari, WR, & Hardiyanti, AA (2025). Revolusi Digital UMKM: Bagaimana Marketplace dan Media Sosial Mengubah Permainan di Era PascaPandemi. *RIGGS: Jurnal Kecerdasan Buatan dan Bisnis Digital*, 4(3), 4653–4658.
- Rizal, Muhammad, dan Evi Rahmawati. 2021. “Transformasi Digital UMKM: Tantangan dan Strategi Penguatan Kapasitas Pelaku Usaha.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 36 (3): 233–247.
- Salkiah, B., & Putra, P. (2025). Analisis Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Mendorong Digitalisasi dan Daya Saing UMKM. *Wawasan Ekonomi*, 1(2), 101–115.
- Saputra, DB, Susanti, F., Setiawan, MD, & Rahman, Z. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital untuk Peningkatan Kompetensi dan Keterampilan Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi*, 5(2), 78–89.
- Sarsabilla, A. (2023). Efektivitas Kebijakan Digitalisasi UMKM pada Tingkat Lokal: Studi Implementasi Di Pemerintah Daerah. *Jurnal Pelayanan Publik*, 6(3), 459–469.
- Sitompul, PS, Sari, MM, Lumban Gaol, CMB, & Harahap, LM (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 70–84.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, D., & Nugroho, R. (2022). Implementasi Kebijakan Digitalisasi UMKM dalam Perspektif Governance Kolaboratif. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(1), 67–82.
- Susanti, E. (2020). Model Adopsi E-Commerce pada UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 93–104.
- Syafaat, N., Oktiani, A., & Yuliandari, R. (2025). Pendampingan UMKM dalam Transformasi Digital Melalui Marketplace Lokal. *SELAYAR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 239–252.