

PERAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PENDAPATAN UMKM DALAM MENGHADAPI RESESI EKONOMI

Ermiani¹

¹*Institut Teknologi dan Bisnis Visi Nusantara Bogor*
ermiani@gmail.com

Zisca Marcellina Mukti²

²*Institut Teknologi dan Bisnis Visi Nusantara Bogor*
icha.marce@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan aktif internet untuk pemasaran produk oleh perusahaan multinasional besar menunjukkan semakin pentingnya teknologi informasi (TI) dalam bisnis. Salah satu strategi untuk memperluas akses pasar bagi produk UKM adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ekonomi digital berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan daya saing UMKM guna menghadapi resesi ekonomi. Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian berupa sektor industry UMKM Indonesia dan pemanfaatan ekonomi digital. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang digunakan dalam menjelaskan hasil penelitian. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi pustaka dengan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM dapat memanfaatkan pemanfaatan digital ekonomi melalui perkembangan teknologi dengan memanfaatkan waktu dengan cara yang jauh lebih efektif. Penggunaan ekonomi digital yang dapat diaplikasikan dalam digital marketing ini dapat menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk memaksimalkan keuntungan. Kemampuan UMKM dalam meningkatkan pembangunan ekonomi berskala nasional terutama pada penciptaan lapangan pekerjaan dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Sehingga ketika perekonomian tengah mengalami resesi diharapkan UMKM dapat menjadi sector yang mampu menopang laju pertumbuhan perekonomian secara nasional.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Pendapatan, UMKM, Resesi Ekonomi

ABSTRACT

The active use of the internet for product marketing by large multinational companies demonstrates the growing importance of information technology (IT) in business. One of the strategies to expand market access for SME products is the use of information technology in product marketing. The purpose of this research is to find out how the digital economy contributes to increasing the income and competitiveness of MSMEs in facing an economic recession. In this study, the research object was used in the form of the Indonesian MSME industrial sector and the use of the digital economy. In this study using descriptive research methods used in explaining the results of the study. In this study using a type of literature study research with the case study method. The results of this study indicate that MSMEs can take advantage of the use of the digital economy through technological developments by utilizing time in a much more effective way. The use of the digital economy that can be applied in digital marketing can be a means for MSMEs to maximize profits. The ability of MSMEs to increase national-scale economic development, especially in creating jobs and increasing employment. So that when the economy is experiencing a recession, it is hoped that MSMEs can become a sector that is able to sustain the rate of growth of the national economy.

Keywords: Digital Economy, Income, MSMEs, Economic Recession

I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia. Adanya perkembangan teknologi membuat semuanya lebih mudah dan lebih murah berkat teknologi informasi. Penggunaan aktif internet untuk pemasaran produk oleh perusahaan multinasional besar menunjukkan semakin pentingnya teknologi informasi (TI) dalam bisnis. Saat ini, bisnis harus memanfaatkan internet dan world wide web (www). Situs web adalah bagian penting dari setiap strategi pemasaran bisnis jika ingin menjangkau pasar yang lebih luas dan melakukan bisnis. Jauhari dalam Nuryanti (2013) menjelaskan dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan pesat dalam penggunaan komputer dalam penjualan dan pemasaran.

Proses pemasaran dan penjualan kini dapat dilakukan kapan saja, terlepas dari lokasi atau waktu, berkat internet. Karena hampir semua jenis informasi dapat ditemukan di web ini, hampir semua orang di masyarakat, khususnya di negara maju, saat ini sudah sangat familiar dengannya. Suatu jenis teknologi yang digunakan untuk membuat, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya disebut teknologi informasi. Usaha mikro, kecil, dan menengah dapat menggunakan teknologi informasi ini untuk memasuki pasar global.

UMKM bisa mendapatkan keuntungan dari perkembangan teknologi atau penggunaan teknologi

informasi untuk menjalankan bisnis, yang sering disebut sebagai e-commerce. Ecommerce dapat membantu mereka mengirim dan menerima penawaran dengan cepat dan murah, memberikan fleksibilitas dalam produksi, dan mendukung transaksi cepat tanpa kertas. UMKM berpeluang menembus pasar ekspor berkat kemampuan internet untuk melakukan pemasaran dengan sasaran pasar global.



Gambar 1. Data UMKM Yang Menerapkan Ekonomi Digital

Sampai pada 2015, hanya 9% dari 57,9 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia memiliki kemampuan e-commerce. Akibatnya, hanya 55,6% UMKM yang berkontribusi terhadap PDB. Namun, jika 6 juta UMKM berhasil go digital pada tahun 2020, ini akan meningkatkan persentase UMKM dengan kemampuan e-commerce mencapai 10 hingga 12% dan dapat mendorong tambahan 12% kontribusi UMKM terhadap PDB.

Hal ini karena potensi pasar maju semakin besar. Transaksi e-commerce di seluruh dunia naik 20,2% setiap tahunnya. Dibandingkan tahun 2015 yang hanya Rp 200 triliun, nilai transaksi

Peran Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Pendapatan UMKM Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi

online di Indonesia meningkat 9 kali lipat menjadi Rp 1.850 triliun di tahun 2020. Teknologi informasi harus dimanfaatkan oleh kalangan kecil dan menengah (UKM) di Indonesia untuk pertumbuhan usahanya.

Saat ini, tantangan pemasaran menjadi kendala utama pertumbuhan industri pengolahan (manufaktur) di Indonesia. Menurut Nizar (2021) pengusaha Indonesia menghadapi dua kendala utama dalam perdagangan internasional saat ini: peningkatan daya saing dan akses pasar. Salah satu strategi untuk memperluas akses pasar bagi produk UKM adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ekonomi digital berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan daya saing UMKM guna menghadapi resesi ekonomi.

II. METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian berupa sektor industri UMKM Indonesia dan pemanfaatan ekonomi digital. Penggunaan industri UMKM dalam penelitian ini disebabkan karena tingginya potensi industri UMKM untuk mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional mengingat peluang usaha

dan jumlah UMKM di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan.

Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang digunakan dalam menjelaskan hasil penelitian. Deskriptif menurut Moleong (2012) adalah memaparkan hasil temuan berupa kata-kata, gambar dan kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan penelitian yang berujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci untuk mendapatkan gambaran menyeluruh atas subjek yang diteliti.

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi pustaka dengan metode studi kasus. Pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan peranan ekonomi digital dalam mendorong daya saing dan pendapatan UMKM guna menghadapi ancaman resesi ekonomi. Penelitian studi pustaka digunakan untuk menjelaskan hasil dari penelitian berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Metode ini digunakan untuk melihat perkembangan dan memperkuat hasil penelitian berdasarkan literatur yang digunakan dalam penelitian terkait dengan fokus penelitian yaitu penerapan ekonomi digital bagi peningkatan industri UMKM di Indonesia.

III. PEMBAHASAN

Peran Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM

Landasan perekonomian Indonesia yang paling signifikan dan memiliki kontribusi besar adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut informasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, saat ini berjumlah 64,2 juta dan akan memberikan kontribusi 60,51% atau Rp 9.580 triliun terhadap PDB ditahun 2020. Selanjutnya UMKM juga mampu menghimpun hingga 60,42 persen dari total investasi dan 96,92 persen dari tenaga kerja saat ini. Namun pada tahun 2020 kontribusi UMKM pada perekonomian nasional sempat mengalami penurunan akibat adanya pandemic covid-19 yang melemahkan roda perputaran perekonomian nasional. Sehingga pemerintah pusat dan pemerintah daerah saling bersinergi untuk meningkatkan potensi UMKM.

Rincian program yang diterapkan pemerintah untuk menstabilkan kondisi UMKM yaitu dengan meliputi subsidi bunga, penempatan dana pemerintah di bank umum untuk mendukung perluasan lapangan kerja pinjaman modal dan restrukturisasi pinjaman UMKM. Pemerintah juga melakukan penjaminan pinjaman modal kerja UMKM, bantuan Tunai untuk Pedagang Kaki Lima dan Warung, dan insentif PPh Final UMKM yang di tanggung oleh Pemerintah. Selain

itu, pemerintah telah meningkatkan alokasi anggaran khusus UMKM menjadi Rp96,21 triliun. Total realisasi PEN bagi UMKM tahun 2021 tercatat sebesar Rp64,35 triliun pada 27 Oktober, dengan total 33,93 juta debitur/UMKM.

UMKM juga dapat memanfaatkan bantuan tambahan berupa pembebasan rekening minimum, biaya beban, dan langganan listrik. Menurut sejumlah kajian, ekonomi digital Indonesia masih memiliki ruang pertumbuhan yang besar. Hal tersebut didukung sejumlah faktor, antara lain fakta bahwa Indonesia memiliki total populasi terbesar keempat di dunia dengan 191 juta atau 70,7% dari populasi adalah usia produktif. Dari sisi pengguna digital, Indonesia memiliki 345,3 juta pengguna ponsel, atau 125,6 persen dari populasi. Penetrasi internet 73,7 persen, dan trafik internet meningkat 15-20 persen. Melalui upaya pengembangan ekonomi digital, banyak terobosan dan inovasi yang mampu menjangkau dan melibatkan semua sektor, pelaku, dan penggerak ekonomi nasional, termasuk UMKM.

Melalui ekonomi digital yang semakin berkembang karena adanya pembatasan social yang diterapkan pemerintah selama masa pandemic dapat menciptakan berbagai potensi yang ada. Pemanfaatan teknologi informasi di masa pandemic covid-19 mengalami peningkatan yang signifikan karena sebagian besar masyarakat Indonesia

Peran Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Pendapatan UMKM Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi menghabiskan waktunya di rumah. Sehingga pada masa ini perkembangan ekonomi digital berkembang dengan pesat ditandai dengan meningkatnya jumlah e-commerce di Indonesia.

Di era globalisasi ini, diperlukan daya saing yang kuat untuk pengelolaan keuangan bisnis yang efisien dan efektif yang lebih baik dari sebelumnya. Untuk menjamin kelangsungan hidup jangka panjang, maka diperlukan pengaturan keuangan yang sehat. Pentingnya ekonomi digital bagi usaha kecil dan menengah yang harus bersaing di era industri dimana teknologi semakin memudahkan masyarakat untuk dapat bersaing dalam ketatnya persaingan pasar. UMKM dapat memanfaatkan pemanfaatan digital ekonomi melalui perkembangan teknologi dengan memanfaatkan waktu dengan cara yang jauh lebih efektif. Hal inilah yang membuat UMKM semakin kompetitif dan mampu menciptakan daya saing yang tinggi dalam ekonomi digital.

Peran Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM

Solusi baru untuk meningkatkan kinerja UMKM dapat tercipta melalui digitalisasi ekonomi yang diberikan oleh kemajuan teknologi di era industri 4.0. Salah satu contohnya adalah M-Banking, di mana transaksi dilakukan hanya melalui fitur smartphone yang

merupakan cara terbaik untuk memudahkan UMKM bertransaksi. Penggunaan website yang saat ini sedang banyak dilakukan oleh UMKM mencerminkan keunggulan ekonomi digital karena website kini berfungsi sebagai alat pemasaran. Melalui website memungkinkan UMKM untuk dipublikasikan di media lebih efektif dan mudah dicari di mesin pencari sehingga memperluas pangsa pasar melalui target pasar yang semakin berkembang.

Penggunaan perdagangan elektronik, atau e-commerce, di mana semua transaksi yang melibatkan jual beli dilakukan melalui media elektronik. UMKM bisa sangat diuntungkan dari evolusi ekonomi digital melalui Industri 4.0. Di era Revolusi Digital 4.0 ini, memaksimalkan sebagian kecil Industri seperti penerapan teknologi digital dan internet bagi UMKM yang akan sangat membantu. Namun, tidak perlu terlalu memikirkan persoalan strategi pemasaran yang semakin luas dan kompleks.

Berhasil atau tidaknya suatu UMKM selain ditentukan oleh kerja keras, juga ditentukan oleh bagaimana mereka memanfaatkan layanan perbankan dan teknologi serta informasi yang ada. Melalui ekonomi digital diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat UMKM tentang perlunya peningkatan produksi dan kualitas layanan. Semua kalangan, khususnya pelaku

UMKM, dapat mengembangkan usahanya melalui kemajuan teknologi yang digunakan dalam ekonomi digital yang diadopsi oleh UMKM. Selain itu, potensi tersebut membuat pelaku UMKM harus memahami teknologi guna memaksimalkan potensi yang dimiliki dan mewujudkan seluruh potensi yang dimilikinya, termasuk meningkatkan potensi bisnis untuk mendorong peningkatan pendapatan UMKM.

Peningkatan sektor UMKM dapat terlihat dari besaran kontribusi UMKM terhadap pendapatan nasional. Secara gabungan skala kegiatan ekonomi kontribusi yang diberikan UMKM terhadap total GDP (Pendapatan Domestik Bruto) Indonesia mencapai 60%. GDP

Indonesia Pada tahun 2017 mencapai 13600 triliun. Artinya bahwa, sekitar Rp 8160 triliun dari total pendapatan merupakan hasil dari UMKM, sekitar Rp 500 triliun pertahun merupakan besaran kontribusi pendapatan dari usaha dengan skala mikro, sekitar Rp 1300 triliun merupakan kontribusi pendapatan dari usaha skala kecil, sekitar Rp 1800 triliun merupakan kontribusi pendapatan dari usaha dengan skala menengah, dan kontribusi pendapatan dari skala usaha besar sekitar Rp 5400 triliun. Berikut data kontribusi UMKM pada tahun 2017 terhadap PDB Indonesia:

Tabel 1.1 Tabel kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2017

Kategori skala usaha	Jumlah (unit)	% unit usaha	Total pendapatan usaha (Rp triliun / tahun)	% kontribusi terhadap PDB
Mikro	62.106.900	98.70%	4.727,99	34,12%
Kecil	757.090	1.20%	1.234,21	8,91%
Menengah	58.627	0.11%	1.742,44	12,57%
Besar	5.460	0.01%	5.136,22	37.07%
Total	62.928.077	100%	12.841	93%

Sumber: Kemenkop UKM RI, 2017

Dari data di atas dapat diketahui bahwa adanya peningkatan produktivitas perunit usaha sejalan dengan jenis kategori skala usaha. pada data tersebut menunjukkan perbandingan produktivitas usaha besar lebih besar daripada usaha mikro mencapai 12.394, atau 583

kali lipat dibandingkan dengan usaha kecil serta 32 kali lipat dari usaha menengah.

Omset usaha mikro rata - ratanya saat ini mencapai 25%, rata - rata omset skala usaha kecil 65%, dan rata - rata omset skala usaha menengah 59%. Dari data tersebut

Peran Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Pendapatan UMKM Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi

dapat diketahui bahwa usaha kecil dan menengah memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi daripada produktifitas usaha mikro. Usaha mikro sendiri umumnya mudah tersingkir akibat adanya tekanan dari persaingan usaha. Sehingga adanya pendampingan bagi usaha mikro agar dapat meningkatkan produksi, produktivitas untuk menghadapi tekanan persaingan usaha. Selain itu usaha mikro juga dapat lebih terbuka untuk memanfaatkan teknologi digital marketing untuk memperluas pasar dan menekan biaya produksi.

Selain itu penggunaan ekonomi digital yang dapat diaplikasikan dalam digital marketing ini dapat menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk memaksimalkan keuntungan. Pemanfaatan sosial media untuk melakukan pemasaran dapat menunjang meningkatkan pendapatan usaha, selain itu dapat mempermudah konsumen mendapatkan informasi mengenai barang yang dibutuhkan.

Peranan Ekonomi Digital Untuk Mempersiapkan UMKM Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi

Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap mayoritas UMKM di Indonesia. Mengingat Efek Coronavirus pada UMKM terlihat bahwa ada sekitar 48,6% UMKM ditutup sementara. Selanjutnya sekitar 30,5 persen permintaan UMKM domestik menurun, 14,1

persen UMKM batal kontrak, dan 13,1 persen UMKM mengalami keterlambatan pengiriman. Sementara itu, Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha oleh BPS (2020) mengungkapkan bahwa sebanyak 69,02 persen UMKM membutuhkan dukungan modal usaha.

Salah satu cara utama penopang perekonomian Indonesia adalah melalui UMKM. UMKM perlu menemukan cara baru untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar agar dapat bersaing secara efektif di masa pandemi. Selain itu, pelaku usaha pada umumnya dan UMKM pada khususnya dapat memunculkan konsep-konsep baru di bidang kewirausahaan sosial untuk membantu meringankan dampak pandemi di berbagai sektor. masalah sosial dan ekonomi. Surplus tertinggi dalam neraca perdagangan Indonesia (NPI) sejak 2012 adalah \$21,74 miliar pada tahun 2020. Namun, data menunjukkan bahwa UMKM hanya berkontribusi 14,37 persen terhadap ekspor, lebih rendah dari kontribusi negara Asia lainnya seperti Singapura (41 %), Malaysia (18%), Thailand (29%), Jepang (25%), dan China (60%).

Saat ini pemerintah berupaya mendorong peningkatan ekspor dengan antara lain mempertahankan pasar ekspor, berkonsentrasi pada pelaku UMKM berorientasi ekspor, masuk ke pasar nonkonvensional,

memanfaatkan PTA/FTA/CEPA, dan memodifikasi regulasi melalui UU Cipta Kerja. Pemerintah memberikan insentif fiskal bagi Pusat Logistik Berikat (PLB) IKM dengan menanggihkan PPN dan Bea Masuk dan untuk Kemudahan Impor Untuk Tujuan Ekspor (KITE) IKM dengan menghapus PPN dan Bea Masuk khusus untuk mendorong peningkatan kontribusi UMKM terhadap ekspor.

Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. rdding peraturan pelaksanaan UU Cipta Kerja untuk Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan UMKM dan Koperasi di Indonesia. Agar koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lebih kompetitif, peraturan ini mengaturnya secara lebih spesifik. Sejalan dengan itu, sejumlah program juga dilakukan untuk mendorong UKM menjadi pelaku ekspor, antara lain:

- a) Terbentuknya 1.500 usaha kecil menengah (UKM) pengeksportir melalui inisiatif untuk memfasilitasi informasi, meningkatkan daya saing produk, kerjasama, citra, dan promosi, serta sumber daya manusia. Sehingga pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing dan nilai bisnisnya melalui penerapan ekonomi digital sebagai bagian dari upaya tersebut.
- b) Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) memberikan

arahan kepada pelaku usaha yang mengutamakan ekspor.

- c) Mencocokkan bisnis swasta dan eksportir dengan usaha kecil dan menengah pedesaan untuk memfasilitasi ekspor

Upaya perbaikan dan pengoptimalan kontribusi UMKM bukan merupakan Tindakan yang tanpa alasan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Tindakan ini mengaca pada saat Indonesia mengalami krisis ekonomi di tahun 1998 di mana banyak usaha dengan skala besar termasuk industri, perdagangan dan jasa mengalami stagnancy bahkan menutup aktivitas produksinya (Jefri & Ibrohim, 2021). Namun pada usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM dapat bertahan dan menjadi sektor pendukung pemulihan perekonomian nasional di tengah krisis ekonomi moneter di berbagai sektor perekonomian nasional. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM menjadi salah satu sektor usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional.

Sehingga perlindungan dan peningkatan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional menjadi salah satu bentuk pemerintah untuk menstabilkan perekonomian nasional ditengah bayang-bayang resesi ekonomi. Hal ini juga didorong oleh kemampuan UMKM yang berpotensi besar dalam meningkatkan pembangunan ekonomi berskala nasional terutama

Peran Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Pendapatan UMKM Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi

pada penciptaan lapangan pekerjaan dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Sehingga ketika perekonomian tengah mengalami resesi diharapkan UMKM dapat menjadi sector yang mampu menopang laju pertumbuhan perekonomian secara nasional, salah satunya dengan meningkatkan penerapan penggunaan ekonomi digital untuk memperluas pangsa pasar UMKM melalui peningkatan daya saing UMKM.

IV. PENUTUP

berdasarkan uraian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan berupa: 1) UMKM dapat memanfaatkan pemanfaatan digital ekonomi melalui perkembangan teknologi dengan memanfaatkan waktu dengan cara yang jauh lebih efektif. Hal inilah yang membuat UMKM semakin kompetitif dan mampu menciptakan daya saing yang tinggi dalam ekonomi digital. 2) Penggunaan ekonomi digital yang dapat diaplikasikan dalam digital marketing ini dapat menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk memaksimalkan keuntungan. Pemanfaatan sosial media untuk melakukan pemasaran dapat menunjang meningkatkan pendapatan usaha, selain itu dapat mempermudah konsumen mendapatkan informasi mengenai barang yang dibutuhkan. 3) Kemampuan UMKM dalam meningkatkan pembangunan ekonomi berskala nasional terutama pada penciptaan lapangan pekerjaan dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Sehingga ketika

perekonomian tengah mengalami resesi diharapkan UMKM dapat menjadi sector yang mampu menopang laju pertumbuhan perekonomian secara nasional, salah satunya dengan meningkatkan penerapan penggunaan ekonomi digital untuk memperluas pangsa pasar UMKM melalui peningkatan daya saing UMKM.

Dari uraian kesimpulan ada beberapa saran sebagai berikut 1) Bagi pemerintah agar dapat meningkatkan pemanfaatan ekonomi digital pada usaha mikro menengah, karena umumnya pelaku usaha mikro menengah belum terlalu familiar dengan perkembangan teknologi. 2) Bagi dinas perindustrian melalui penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pembinaan kepada pelaku UMKM sehingga dapat mengikuti setiap perkembangan teknologi dan informasi dan dapat diaplikasikan pada usahanya. 3) Bagi pelaku usaha untuk dapat meningkatkan kerja sama dengan usaha lainnya yang sejenis untuk dapat meningkatkan relasi dan mempermudah akses modal. 4) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan penelitian khususnya pada perbandingan permasalahan di suatu wilayah sehingga dapat memberikan gambaran khusus terkait dengan kondisi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Universal, U., & Pemasaran, M. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.

- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm01.v7i1.730>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM sebagai Ujung Tombak Perekonomian Indonesia Menuju Pasar Global. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2948/peningkatan-daya-saing-umkm-sebagaiujung-tombak-perekonomian-indonesia-menuju-pasar-global>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Peningkatan Potensi Ekonomi Digital untuk Mendukung UMKM. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3429/peningkatan-potensi-ekonomi-digital-untukmendukung-umkm>
- Kompas. (2017). INFOGRAFIK: Begini Potensi 6 Juta UMKM Jika Berhasil Go Digital. <https://biz.kompas.com/read/2017/09/08/095925428/infografik-begini-potensi-6-jutaumkm-jika-berhasil-go-digital>
- Kementerian Koperasi & UKM RI. (2017). Data Kontribusi UKM Terhadap PDB. *Publikasi*
- Moleong, L.J. (2012). *Metologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Nizar, N. I., Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal MADANI*, 4(1), 87–99.
- Nuryanti. (2013). Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). *Jurnal Ekonomi*, 21(4), 1–15.
- Rakanita, A.M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal EKBIS*, XX(2), 1280–1289.
- Salsabila, S., Abrar, A. A. (2021). Pemanfaatan Pelayanan Digitalisasi Ekonomi Terhadap UMKM 4.0. <https://www.solopos.com/pemanfaatan-pelayanan-digitalisasi-ekonomiterhadap-umkm-4-0-1102016>
- Sari, N. A. (2017). *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.