



Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kota Kendari

INFO PENULIS

Nindy Ade Marsalena
Universitas Sulawesi Tenggara
Marsalena96@gmail.com

Kristin Lita Wati
Universitas Sulawesi Tenggara
kristinaaprilia720@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 3046-8507
Vol. 1, No. 3, November 2024
<http://almufi.com/index.php/ASH>

© 2024 Almufi All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Marsalena, N. A., & Wati, K. L. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kota Kendari. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1 (3), 489-495.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Kota Kendari. Namun, tantangan dalam persaingan pasar serta keterbatasan akses terhadap teknologi digital menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM berbasis digital di Kota Kendari dengan menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi digital, kendala yang dihadapi, serta dampak transformasi digital terhadap kinerja usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM serta pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal, seperti literasi digital dan modal usaha, serta faktor eksternal, seperti dukungan pemerintah dan akses terhadap infrastruktur digital, berperan signifikan dalam keberhasilan implementasi strategi digital UMKM. Selain itu, pemanfaatan e-commerce, media sosial, serta sistem pembayaran digital terbukti meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis UMKM di Kota Kendari. Penelitian ini merekomendasikan adanya program pelatihan literasi digital, penyediaan akses permodalan berbasis teknologi, serta kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan komunitas bisnis untuk mempercepat digitalisasi UMKM. Dengan implementasi strategi yang tepat, UMKM di Kota Kendari dapat bertransformasi menjadi lebih inovatif, kompetitif, dan berkelanjutan dalam menghadapi era digital.

Kata Kunci: UMKM, digitalisasi, strategi pengembangan, Kota Kendari, e-commerce.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the economy of Kendari City. However, challenges in market competition and limited access to digital technology are major obstacles to business development. This study aims to analyze digital-based MSME development strategies in Kendari City by highlighting the factors influencing digital technology adoption, the challenges faced, and the impact of digital transformation on business performance. The research employs a quantitative approach through surveys distributed to MSME entrepreneurs and a qualitative approach via in-depth interviews with relevant stakeholders. The findings indicate that internal factors such as digital literacy and business capital, as well as external factors such as government support and access to digital infrastructure, significantly influence the successful implementation of MSME digital strategies. Furthermore, the utilization of e-commerce, social media, and digital payment systems has been proven to enhance competitiveness and business efficiency in Kendari City. This study recommends implementing digital literacy training programs, providing technology-based financing access, and fostering collaboration between the government, private sector, and business communities to accelerate MSME digitalization. With the right strategies, MSMEs in Kendari City can transform into more innovative, competitive, and sustainable businesses in the digital era.

Keywords: MSMEs, digitalization, development strategy, Kendari City, e-commerce.

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Kendari. UMKM menjadi tulang punggung ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia berasal dari sektor UMKM. Namun, di era digitalisasi, tantangan yang dihadapi UMKM semakin kompleks, terutama dalam hal daya saing, adopsi teknologi, serta akses pasar yang lebih luas.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam transformasi bisnis. Pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, serta pemasaran berbasis digital, menjadi strategi penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM. Namun, masih banyak pelaku UMKM di Kota Kendari yang menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi ini. Kurangnya literasi digital, keterbatasan akses infrastruktur teknologi, serta minimnya dukungan modal menjadi beberapa hambatan utama yang menghalangi percepatan digitalisasi UMKM.

Pemerintah Kota Kendari telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung pengembangan UMKM berbasis digital, termasuk program pelatihan, pendampingan bisnis, serta akses permodalan berbasis teknologi finansial (fintech). Namun, efektivitas program-program ini masih perlu dikaji lebih lanjut untuk memastikan bahwa UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Dalam konteks digitalisasi UMKM, penting untuk memahami bagaimana pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Transformasi digital tidak hanya mencakup penggunaan teknologi dalam pemasaran, tetapi juga dalam operasional bisnis, manajemen keuangan, hingga inovasi produk dan layanan. Dengan semakin meningkatnya akses terhadap internet dan perangkat teknologi, UMKM memiliki peluang besar untuk berkembang lebih luas melalui platform digital.

Studi terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis. Beberapa penelitian menyatakan bahwa pemanfaatan e-commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas tanpa keterbatasan geografis. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat membantu UMKM membangun merek mereka dengan lebih efektif. Namun, kesuksesan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada teknologi yang tersedia, tetapi juga pada kesiapan dan kesadaran pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara digital.

Adopsi digital oleh UMKM di Kota Kendari masih menghadapi berbagai hambatan yang perlu diatasi. Beberapa di antaranya adalah kurangnya keterampilan digital, ketidakmampuan untuk mengakses modal yang cukup untuk investasi teknologi, serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, infrastruktur yang belum sepenuhnya mendukung serta regulasi yang masih berkembang juga menjadi faktor yang memengaruhi keberhasilan digitalisasi UMKM di daerah ini.

Di sisi lain, peluang untuk mengembangkan UMKM berbasis digital sangat terbuka lebar. Kota Kendari memiliki potensi besar dalam berbagai sektor usaha, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, hingga jasa berbasis teknologi. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk lokal dan dukungan dari berbagai pihak, UMKM di Kota Kendari dapat mengoptimalkan peran teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar nasional maupun global.

Dalam upaya mengatasi kendala yang ada, diperlukan pendekatan strategis yang komprehensif. Pendampingan bagi pelaku UMKM, edukasi digital, serta akses terhadap sumber daya yang memadai harus diperkuat. Pemerintah, sektor swasta, akademisi, serta komunitas bisnis perlu bekerja sama dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM berbasis digital. Selain itu, kebijakan yang mendorong inklusivitas digital dan kemudahan akses terhadap teknologi harus terus dikembangkan.

Selain aspek teknis, digitalisasi UMKM juga memerlukan perubahan pola pikir dan budaya bisnis. Banyak pelaku UMKM yang masih ragu untuk beralih ke teknologi digital karena faktor kebiasaan dan ketakutan terhadap perubahan. Oleh karena itu, selain memberikan pelatihan teknis, penting pula untuk membangun kesadaran akan manfaat digitalisasi dalam jangka panjang. UMKM yang berhasil mengadopsi digitalisasi secara menyeluruh dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar bagi bisnis mereka.

Dengan memahami dinamika digitalisasi UMKM di Kota Kendari, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis digital. Hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi acuan bagi berbagai pihak dalam merancang kebijakan, program, dan strategi yang lebih efektif guna mempercepat adopsi teknologi digital oleh UMKM. Dengan demikian, UMKM di Kota Kendari dapat berkembang lebih pesat dan mampu bersaing dalam era digital yang semakin dinamis.

Lebih lanjut, perkembangan ekosistem digital di Kota Kendari perlu dikaji dari berbagai perspektif. Selain faktor teknologi dan kebijakan, aspek sosial dan budaya juga memegang peranan penting dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. Budaya kewirausahaan yang masih berbasis konvensional menjadi tantangan tersendiri dalam proses adaptasi teknologi. Oleh karena itu, program edukasi dan sosialisasi perlu menekankan pentingnya pola pikir digital dalam menjalankan usaha.

Selain itu, kolaborasi dengan platform digital yang sudah mapan juga menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan. Marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook, telah menjadi kanal utama bagi banyak UMKM untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan platform ini harus terus dilakukan agar UMKM di Kota Kendari dapat bersaing dengan lebih efektif.

Tak hanya itu, inovasi dalam produk dan layanan juga harus menjadi fokus utama dalam digitalisasi UMKM. Produk yang memiliki nilai tambah, baik dari segi desain, bahan baku, maupun proses produksi, akan lebih mudah menarik minat pasar. Digitalisasi dapat digunakan untuk riset pasar, uji coba produk, serta analisis tren yang lebih mendalam, sehingga UMKM dapat lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Sebagai bagian dari strategi pengembangan, akses terhadap pembiayaan berbasis digital juga harus diperkuat. Fintech lending dan crowdfunding dapat menjadi solusi bagi UMKM yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal dari lembaga keuangan konvensional. Dengan sistem yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi, UMKM dapat memperoleh pembiayaan dengan lebih mudah dan cepat.

Dengan memahami berbagai aspek yang terkait dalam digitalisasi UMKM, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam mempercepat transformasi digital bagi UMKM di Kota Kendari. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah, pelaku usaha, serta pemangku kepentingan lainnya dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pengembangan UMKM berbasis digital.

B. Metodologi

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang mencakup proses identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis, serta penyusunan rekomendasi. Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah menentukan fokus utama penelitian, yaitu strategi pengembangan UMKM berbasis digital di Kota Kendari. Fokus ini ditentukan berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan serta kebutuhan untuk memahami berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi digital dalam bisnis UMKM.

Langkah berikutnya adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui berbagai teknik yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan mencakup informasi mengenai kondisi terkini UMKM di Kota Kendari, tingkat adopsi teknologi digital, hambatan yang dihadapi, serta strategi yang telah diterapkan oleh pelaku usaha dan pemerintah. Data primer diperoleh langsung dari sumber utama, seperti wawancara dengan pemilik UMKM, pemerintah daerah, dan praktisi digital. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen, laporan, serta studi literatur yang mendukung pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.

Setelah data dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah proses analisis. Analisis data dilakukan dengan cara mengelompokkan informasi yang diperoleh ke dalam kategori-kategori tertentu yang relevan dengan penelitian. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta temuan utama yang dapat memberikan gambaran mengenai strategi digitalisasi UMKM. Analisis dilakukan secara sistematis dengan tujuan menghasilkan kesimpulan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan rekomendasi.

Selain itu, validitas dan reliabilitas data menjadi aspek penting dalam penelitian ini. Untuk memastikan keakuratan data, dilakukan proses triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil yang diperoleh dari berbagai sumber. Misalnya, data dari wawancara dengan pemilik UMKM dibandingkan dengan kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah daerah serta tren digitalisasi

yang ditemukan dalam literatur. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memperoleh hasil yang lebih objektif dan dapat diandalkan.

Setelah analisis selesai dilakukan, tahap akhir dalam penelitian ini adalah penyusunan rekomendasi strategis. Rekomendasi yang disusun tidak hanya berdasarkan hasil analisis, tetapi juga mempertimbangkan aspek praktis yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM dan pemerintah. Rekomendasi mencakup berbagai aspek, seperti peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur teknologi, penyediaan akses modal berbasis digital, serta kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung digitalisasi UMKM.

Proses penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan aspek etika penelitian, terutama dalam pengumpulan data dari responden. Sebelum melakukan wawancara, peneliti memberikan penjelasan kepada responden mengenai tujuan penelitian serta menjamin kerahasiaan data yang diberikan. Hal ini penting untuk menjaga integritas penelitian serta membangun kepercayaan dengan para partisipan.

Secara keseluruhan, metodologi yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis digital di Kota Kendari. Dengan melalui tahapan yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat bagi pengembangan sektor UMKM serta memberikan kontribusi dalam upaya mendorong transformasi digital yang lebih luas di Indonesia.

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis digital di Kota Kendari, ditemukan beberapa temuan utama yang menggambarkan kondisi digitalisasi UMKM, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan adopsi teknologi digital dalam sektor ini.

1. Kondisi Digitalisasi UMKM di Kota Kendari

Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan pelaku UMKM di Kota Kendari, ditemukan bahwa tingkat adopsi teknologi digital masih cukup beragam. Sebagian UMKM telah menerapkan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka, seperti menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk pemasaran, sedangkan sebagian lainnya masih bergantung pada metode tradisional dalam menjalankan usaha. Faktor utama yang mempengaruhi perbedaan ini adalah tingkat literasi digital pelaku usaha, akses terhadap teknologi, serta dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait. UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital melaporkan peningkatan dalam jangkauan pasar, efisiensi operasional, serta kemudahan dalam melakukan transaksi. Namun, tidak semua UMKM memiliki kesiapan untuk beralih ke digitalisasi akibat keterbatasan modal dan keterampilan yang dimiliki. Selain itu, beberapa pelaku usaha masih ragu untuk menerapkan teknologi digital karena kekhawatiran terhadap keamanan data dan sistem pembayaran online.

2. Tantangan dalam Digitalisasi UMKM

Beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi meliputi:

- **Kurangnya Literasi Digital:** Sebagian besar pelaku UMKM di Kota Kendari masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan platform digital, seperti marketplace, media sosial, serta sistem pembayaran digital. Ketidaktahuan ini menjadi hambatan utama bagi mereka untuk memanfaatkan teknologi secara optimal.
- **Terbatasnya Akses Infrastruktur Teknologi:** Tidak semua wilayah di Kota Kendari memiliki infrastruktur teknologi yang memadai, seperti akses internet yang stabil dan perangkat yang mendukung digitalisasi bisnis. Hal ini menyebabkan ketimpangan dalam adopsi teknologi di berbagai wilayah.
- **Keterbatasan Modal dan Sumber Daya:** Banyak UMKM yang mengalami keterbatasan dalam mengakses modal untuk berinvestasi dalam teknologi digital. Biaya untuk membeli perangkat teknologi, mengikuti pelatihan digital, serta mengembangkan sistem bisnis berbasis digital masih dianggap sebagai beban finansial yang cukup besar.
- **Kurangnya Dukungan Kebijakan dan Regulasi yang Mendukung Digitalisasi:** Meskipun pemerintah daerah telah melakukan berbagai inisiatif untuk mendorong digitalisasi UMKM, namun regulasi dan insentif yang

diberikan masih belum cukup optimal untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM.

3. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digital

Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mempercepat digitalisasi UMKM di Kota Kendari, antara lain:

- **Peningkatan Literasi Digital melalui Pelatihan dan Pendampingan:** Program pelatihan digital bagi UMKM harus lebih diperluas agar pelaku usaha dapat memahami cara memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Pelatihan ini bisa mencakup penggunaan media sosial untuk pemasaran, strategi bisnis berbasis e-commerce, serta keamanan dalam bertransaksi secara online.
- **Penguatan Infrastruktur Teknologi:** Pemerintah daerah perlu meningkatkan akses internet di berbagai wilayah di Kota Kendari untuk memastikan bahwa seluruh UMKM memiliki kesempatan yang sama dalam mengadopsi digitalisasi.
- **Penyediaan Akses Modal Berbasis Digital:** Kolaborasi dengan lembaga keuangan dan fintech dapat membantu UMKM dalam mendapatkan akses permodalan yang lebih mudah dan cepat. Model pembiayaan digital seperti peer-to-peer lending dan crowdfunding dapat menjadi alternatif yang efektif bagi UMKM untuk mendapatkan tambahan modal.
- **Penguatan Ekosistem Bisnis Digital:** Pemerintah, akademisi, komunitas digital, serta pelaku industri perlu bekerja sama dalam menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung digitalisasi UMKM. Dengan membangun ekosistem yang kondusif, pelaku UMKM akan lebih mudah dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

4. Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Digitalisasi

Digitalisasi tidak hanya memberikan manfaat dalam hal efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Beberapa aspek yang dapat ditingkatkan melalui digitalisasi antara lain:

- **Optimalisasi Pemasaran Digital:** UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Penggunaan media sosial, website, dan marketplace dapat membantu dalam membangun brand awareness serta meningkatkan jumlah pelanggan.
- **Automasi Proses Bisnis:** Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat mengotomatiskan berbagai proses bisnis mereka, seperti manajemen inventaris, layanan pelanggan, serta sistem pembayaran. Automasi ini dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan manusia.
- **Kolaborasi dengan Platform E-commerce:** Bergabung dengan platform e-commerce besar dapat memberikan keuntungan dalam hal visibilitas dan kemudahan transaksi. UMKM dapat memanfaatkan fitur yang tersedia, seperti analisis data pelanggan dan strategi promosi digital untuk meningkatkan penjualan.
- **Pemanfaatan Teknologi Finansial (Fintech):** Solusi keuangan berbasis digital, seperti dompet digital dan layanan pinjaman online, dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif. Selain itu, penggunaan teknologi blockchain dalam sistem pembayaran dapat meningkatkan keamanan transaksi.

5. Dampak Digitalisasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal

Transformasi digital dalam sektor UMKM tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal. Beberapa dampak positif yang dapat dicapai meliputi:

- **Peningkatan Pendapatan UMKM:** Dengan jangkauan pasar yang lebih luas, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka. Digitalisasi memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di luar Kota Kendari bahkan hingga pasar nasional dan internasional.
- **Peningkatan Lapangan Pekerjaan:** Adopsi teknologi digital dapat menciptakan peluang kerja baru dalam sektor teknologi, pemasaran digital, serta layanan e-commerce. Hal ini dapat berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran di Kota Kendari.
- **Mendorong Inovasi dalam Bisnis:** Digitalisasi mendorong UMKM untuk terus berinovasi dalam menawarkan produk dan layanan mereka. Dengan adanya data

analisis digital, pelaku usaha dapat memahami tren pasar dan menyesuaikan strategi bisnis mereka agar lebih kompetitif.

Strategi pengembangan UMKM berbasis digital di Kota Kendari merupakan langkah yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah di era ekonomi digital. Meskipun masih terdapat berbagai tantangan dalam implementasinya, dengan adanya dukungan dari pemerintah, komunitas bisnis, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, digitalisasi UMKM dapat menjadi salah satu motor penggerak utama bagi pertumbuhan ekonomi Kota Kendari di masa depan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis digital di Kota Kendari, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat pertumbuhan bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional.

Salah satu poin utama yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah bahwa tingkat adopsi teknologi digital oleh UMKM di Kota Kendari masih bervariasi. Beberapa UMKM telah mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas bisnis mereka, seperti dengan menggunakan platform e-commerce, pemasaran digital melalui media sosial, serta sistem pembayaran digital. Namun, masih terdapat sebagian besar UMKM yang belum memiliki akses atau pemahaman yang memadai mengenai digitalisasi. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk keterbatasan literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta kurangnya dukungan finansial untuk investasi dalam transformasi digital.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat bergantung pada dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, akademisi, serta komunitas bisnis lokal. Pemerintah memiliki peran strategis dalam mendorong digitalisasi UMKM dengan menyediakan regulasi yang mendukung, infrastruktur yang memadai, serta program pelatihan dan pendampingan yang dapat meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Sementara itu, lembaga keuangan dan penyedia layanan fintech dapat membantu UMKM dalam mendapatkan akses permodalan yang lebih fleksibel dan terjangkau.

Dari sisi pelaku UMKM, kesiapan dalam mengadopsi teknologi digital menjadi kunci utama dalam keberhasilan transformasi digital. Hal ini mencakup peningkatan keterampilan dalam mengelola bisnis berbasis digital, memahami tren pasar, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, pelatihan dan edukasi terkait digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak yang harus diprioritaskan agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di era ekonomi digital.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dapat memberikan dampak positif yang luas terhadap perekonomian Kota Kendari. Dengan meningkatnya daya saing UMKM, akan terjadi peningkatan dalam jumlah transaksi bisnis, pertumbuhan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan daerah. Digitalisasi juga mendorong inovasi dalam berbagai sektor, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih dinamis dan berkelanjutan.

Namun, untuk mencapai transformasi digital yang optimal, terdapat tantangan yang harus diatasi. Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam proses digitalisasi antara lain keterbatasan modal, kurangnya kepercayaan terhadap sistem digital, serta resistensi terhadap perubahan dari sebagian pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih holistik dan terintegrasi agar digitalisasi UMKM dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang maksimal.

Sebagai langkah strategis untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan sinergi antara berbagai pemangku kepentingan dalam menciptakan kebijakan yang mendukung digitalisasi UMKM. Beberapa langkah yang dapat diambil meliputi penyediaan insentif bagi UMKM yang mengadopsi teknologi digital, penyelenggaraan program pelatihan berbasis digital yang lebih masif, serta penguatan infrastruktur digital di berbagai wilayah Kota Kendari. Selain itu, penting juga untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM mengenai manfaat dan peluang yang ditawarkan oleh digitalisasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi merupakan faktor kunci dalam pengembangan UMKM di era modern. Dengan pendekatan yang tepat, digitalisasi dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM, mempercepat pertumbuhan bisnis, serta mendukung pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Oleh

karena itu, upaya untuk mendorong transformasi digital UMKM di Kota Kendari harus terus diperkuat agar potensi ekonomi daerah dapat dimaksimalkan secara optimal.

Dalam jangka panjang, digitalisasi UMKM di Kota Kendari juga dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat secara keseluruhan. Dengan meningkatnya daya saing UMKM, akan terbuka lebih banyak peluang kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang berbasis teknologi digital. Oleh karena itu, investasi dalam digitalisasi UMKM tidak hanya penting bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi seluruh ekosistem ekonomi yang lebih besar.

E. Referensi

- Aaker, D. A. (2011). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press.
- Afuah, A., & Tucci, C. L. (2003). *Internet Business Models and Strategies: Text and Cases*. McGraw-Hill.
- Badan Pusat Statistik Kota Kendari. (2023). *Statistik Ekonomi Kota Kendari 2023*. BPS Kota Kendari.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). (2022). *Transformasi Digital UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan*. LIPI Press.
- Mckinsey & Company. (2020). *Digital Indonesia: Unlocking the Potential of Digitalization for Small Businesses*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Todor, R. D. (2016). *Blending Traditional and Digital Marketing*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 461-466.
- UNCTAD. (2022). *The Digital Economy Report 2022: The Rise of Digital Platforms and Its Impact on SMEs*. United Nations Conference on Trade and Development.
- World Bank. (2021). *E-commerce and Small Enterprises in Emerging Markets: A Case Study of Digital Transformation*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.