

## STRATEGI DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH KOTA TANGERANG SELATAN DALAM PENGEMBANGAN DIGITALISASI UMKM

Holiseh<sup>1</sup>, Izzatusholekha<sup>2</sup>

Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah  
Jakarta

Email : anandakholise04@gmail.co<sup>1</sup>m, izzatusholekha@umj.ac.id<sup>2</sup>

---

### Abstrak

*Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak perekonomian di Kota Tangerang Selatan namun masih ada beberapa permasalahan terkait digitalisasi seperti kurangnya adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi kemudian yang menyebabkan penjualan khususnya dengan digital marketing belum optimal. disamping itu peran Pemerintah Daerah belum optimal di dalam mendorong UMKM ke arah digitalisasi. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang Selatan dalam pengembangan Digitalisasi UMKM, menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan yaitu strategi organisasi menurut Geoff Mulgan. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa tujuan digitalisasi untuk mengoptimalkan perkembangan perekonomian di Kota Tangerang Selatan dengan memberikan pelatihan digital marketing dengan sosialisasi dan kegiatan pendukung lainnya namun dalam pelaksanaan tersebut masih belum optimal. Kemudian Tidak meratanya pelaksanaan yang diakibatkan kurang memadai anggaran serta SDM yang kurang memiliki kompetensi di bidangnya, dari hal tersebut perlu dilakukan optimalisasi atau evaluasi dalam kinerja SDM dengan memberikan pengarahan serta pendidikan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan.*

**Kata Kunci** : Strategi, Dinas Koperasi dan UKM, Digitalisasi, UMKM

### STRATEGY OF THE DEPARTMENT OF COOPERATIVES AND SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF SOUTH TANGERANG CITY IN DEVELOPING DIGITALIZATION OF MSMEs

#### Abstract

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) as economic drivers in the City of South Tangerang, but there are still a number of problems related to digitalization, such as the lack of adaptation of MSMEs to technological developments which causes sales, especially with digital marketing, to not be optimal. besides that the role of the Regional Government has not been optimal in encouraging MSMEs towards digitization. Therefore this study aims to analyze the strategy of the Office of Cooperatives and Small and Medium Enterprises of South Tangerang City in developing MSME Digitalization, using a qualitative approach with a descriptive method. Data obtained through observation, interviews, and documentation. The theory used is organizational strategy according to Geoff Mulgan. The results of this study found that the aim of digitization is to optimize economic development in the City of South Tangerang by providing digital marketing training with outreach and other supporting activities, but the implementation is still not optimal. Then the uneven implementation is caused by inadequate budgeting and human resources who lack competence in their fields. From this it is necessary to optimize or evaluate the performance of human resources by providing guidance and education on a regular basis to improve capabilities.*

*Keywords: Strategy, Office of Cooperatives and SMEs, Digitalization, SMEs*

---

## **PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki potensi basis ekonomi nasional yang kuat. Salah satunya adalah sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya usaha mikro yang sangat besar dan memiliki kemampuan yang sangat besar dalam menyerap tenaga kerja (Iswan, 2023). Pemerintah dan pelaku ekonomi harus menaikkan 'kelas' dari usaha mikro menjadi usaha menengah. Pondasi bisnis ini juga terbukti pada saat krisis ekonomi. Usaha kecil juga memiliki tingkat perputaran yang cepat, memanfaatkan produksi dalam negeri, dan melayani kebutuhan dasar komunitas. Menyadari potensi UMKM, pemerintah dalam beberapa tahun terakhir menempuh kebijakan untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro dan kecil untuk dipromosikan menjadi usaha menengah. Upaya peningkatan kapasitas dan ketahanan UMKM yang banyak tersebar di tanah air, merupakan bagian integral dari upaya kapasitas nasional secara umum untuk mengembangkan dan meningkatkan ketahanan dan ketahanan (Hidayat, 2007). UMKM adalah jenis usaha kecil sukarela yang menciptakan lapangan kerja baru untuk menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Persyaratan modal yang relatif rendah yang diperlukan untuk investasi awal di UMKM dan perekrutan bakat yang relatif rendah memungkinkan UMKM untuk dengan mudah beradaptasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah dari waktu ke waktu. Akibatnya, UMKM kurang rentan terhadap berbagai perubahan eksternal Wijoyo et al, 2020 dalam Sumadi, (2021).

Memberdayakan UMKM dalam Globalisasi dan Persaingan UMKM harus menghadapi tantangan global seperti pemasaran. Hal ini harus dilakukan untuk meningkatkan omzet UMKM. Tujuan utamanya adalah agar UMKM dapat bersaing dengan produk-produk yang semakin memperluas pusat-pusat industri dan manufaktur Indonesia, Kehadiran UMKM di Indonesia sangat penting bagi perekonomian negara. UMKM kini menjadi salah satu alternatif untuk mendapatkan lapangan pekerjaan baru di Indonesia untuk mengurangi dampak pengangguran. Selain itu, UMKM berperan penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini didasarkan pada kontribusi yang signifikan dari UMKM terhadap pendapatan asli daerah dan pendapatan pemerintah Indonesia. Jumlah UMKM di Tangerang Selatan terus meningkat setiap tahunnya. Nilai tambah yang dihasilkan oleh UMKM juga terus meningkat. Perkembangan UMKM di Tangerang Selatan telah memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah. Tangerang Selatan sudah menjadi kota mandiri karena pendapatan daerah yang cukup tinggi UMKM menyerap lebih dari 70% tenaga kerja di Tangerang Selatan. UMKM juga memberikan kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) tahun 2023 sebesar 4,6 triliun atau mencapai 50% (Iswan, 2023).

Gambar 1.1 Jumlah UMKM



Sumber: Kementerian Koperasi UMKM ([kemenkopukm.go.id](http://kemenkopukm.go.id)), diakses Januari 2023

Dalam data diatas menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia dari provinsi Aceh sampai Papua mempunyai jumlah yang beragam, dapat dilihat provinsi Lampung dan Sulawesi Tengah memiliki Jumlah UMKM yang lebih unggul dibandingkan dengan provinsi lainnya. Pemberdayaan UMKM berdasarkan Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Nomor 7 Tahun 2021 merupakan upaya sinergis antara pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat dalam bentuk pertumbuhan perubahan iklim dan pengembangan usaha. Studi Supriyadi et al., 2016 dalam Bustomi et al., (2021) menjelaskan bahwa pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saingnya dengan beberapa cara. Itu berarti memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan keterampilan dalam menguasai teknologi informasi dan komunikasi. Slamet et al., 2017 dalam Bustomi et al., (2021) memaparkan upaya pemerintah untuk meningkatkan akses dan transfer teknologi untuk mengembangkan pelaku UMKM yang inovatif semakin meningkat.

Pada tahun 2018, UMKM berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia sebesar 60,3% dengan jumlah 64,2 juta unit usaha serta mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja (Databoks, 2020). Kegiatan Usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) telah berkontribusi terhadap perekonomian dunia sebesar 90% (Alshanty & Emeagwali, 2019). UMKM juga dipandang telah berkontribusi sebesar 99,99% terhadap perekonomian Indonesia (Kurniawati E, 2020). Di Indonesia, strategi penguatan UMKM tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tujuan RPJMN 2020–2024 adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan sejahtera melalui percepatan pembangunan

di berbagai bidang dengan membangun struktur ekonomi yang solid berdasarkan keunggulan kompetitif di berbagai daerah yang didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2019). Sementara, Rahadhini (2012) menjelaskan UMKM yang tangguh dan tersebar di seluruh penjuru tanah air merupakan modal untuk memelihara dan mempertahankan persatuan dan kesatuan bangsa.

Riset yang dilakukan *Delloite Access Economic* tahun 2018 menyebutkan bahwa 36% UMKM di Indonesia masih berkuat dengan pemasaran konvensional. Sedangkan, 37% UMKM hanya memiliki kapasitas pemasaran *online* yang bersifat mendasar seperti akses komputer dan *broadband*. Sisanya, sebesar 18% UMKM memiliki kapasitas *online* menengah karena dapat menggunakan *website* dan media sosial hanya 9% yang memiliki kapasitas pemasaran digital yang bisa dikategorikan canggih. Khususnya pada Kota Tangerang Selatan para pelaku UMKM dalam menghadapi pemasaran digital sangat minim dukungan dari pemerintah dan atmosfer kompetitif dari para pesaing masih belum mampu untuk mendorong kesiapan penggunaan teknologi informasi bagi para UMKM (Nugroho, 2015:108) dalam (Harmawan, 2018). Penelitian lain menjelaskan belum pahamnya sebagian pelaku UMKM dalam menggunakan *platform* pemasaran digital serta belum tersedia *website* produk penjualan secara bersama melalui koperasi di Kota Tangerang Selatan (Sambas, 2022). Menurut data tersebut memperlihatkan UMKM di Kota Tangerang Selatan belum optimal terhadap adaptasi perkembangan teknologi digital.

Pada Kota Tangerang Selatan sendiri memiliki potensi yang sangat besar dalam perekonomian serta pengembangan UMKM yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Berikut merupakan Rekapitulasi data UMKM Kota Tangerang Selatan Tahun 2017-2022.

Tabel: Data UMKM Kota Tangerang Selatan 2017-2022

REKAPITULASI DATA UMKM KOTA TANGERANG SELATAN TAHUN 2017 - 2022						
Kecamatan	TAHUN					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ciputat	3.303	4.908	4.846	13.599	13.684	23.892
Ciputat Timur	2.990	6.580	6.410	12.753	12.838	18.995
Pamulang	3.058	4.928	4.585	18.152	18.237	32.894
Pondok Aren	4.680	3.550	3.315	17.859	17.944	27.777
Setu	1.253	5.670	5.219	5.817	5.902	11.382
Serpong	5.222	5.010	4.232	12.522	12.607	18.106
Serpong Utara	3.275	2.950	2.282	9.426	9.511	14.576
<b>Jumlah</b>	<b>23 . 781</b>	<b>33 . 596</b>	<b>30 . 889</b>	<b>90 . 128</b>	<b>90 . 723</b>	<b>149 . 644</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, diakses Januari 2023

Pada data tersebut menunjukkan bahwa rekapitulasi data UMKM Kota Tangerang Selatan yang terdiri 7 Kecamatan yang terdata dimana setiap tahunnya jumlah UMKM semakin meningkat pada tahun 2017 jumlah UMKM sebesar pada pertumbuhan ekonomi mencapai jumlah 23.781 unit kemudian menjadi 149.644 unit pada tahun 2022. Jumlah pertumbuhan ekonomi tersebut termasuk cepat dan mengalami peningkatan mencapai 4%. Terlihat bahwa kontribusi UMKM sangat besar dalam penopang utama perekonomian masyarakat. Pemerintah Kota Tangerang Selatan melalui Dinas Koperasi dan UMKM

menyebut para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan melakukan transformasi ke arah digital dilakukan menjangkau pelanggan dengan tingkat persentase di atas 60%, Sedangkan pemanfaatan digital yang lebih lanjut seperti digitalisasi proses bisnis dan penggunaan teknologi digital dan analitik masih kurang dari 30%. Dengan jumlah pelaku UMKM yang cukup besar di Kota Tangerang Selatan dapat diartikan bahwa persaingan akan semakin ketat, maka para pelaku UMKM harus secara berkelanjutan mengembangkan dan mempromosikan usahanya. Salah satu cara dengan menggunakan media internet atau digital marketing, karena dengan menggunakan digital marketing para UMKM dapat mempromosikan usahanya dengan biaya terjangkau dan dapat diakses secara menyeluruh.

Tabel : Data UMKM Digitalisasi Kota Tangerang Selatan Tahun 2022

No	Kecamatan	UMKM Sudah Digitalisasi	UMKM Non Digitalisasi	Presentase UMKM terhadap Sudah Digitalisasi
1	Serpong	2.953	15.153	0,19
2	Serpong Utara	1.323	13.253	0,09
3	Ciputat	6.284	17.608	0,35
4	Ciputat Timur	2.407	16.588	0,14
5	Pamulang	9.402	23.492	0,40
6	Pondok Aren	4.806	22.971	0,20
7	Setu	2.891	8.491	0,34
<b>Jumlah</b>		<b>30.066</b>	<b>117.556</b>	<b>0,25</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, diakses Januari 2023

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa daerah yang menerapkan digitalisasi terbanyak terdapat di daerah Pamulang sebesar 9.402 sedangkan dengan daerah penerapan terkecil yaitu daerah Serpong Utara sebesar 1.323. Untuk saat ini Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan telah tercatat sebesar 30.066 unit para pelaku UMKM yang sudah digitalisasi dan UMKM yang tidak digitalisasi sebanyak 117.566 unit, hal tersebut menandakan bahwa masih minimnya UMKM yang digitalisasi. dimana data tersebut terdapat 2.022 unit UMKM yang belum tercatat dalam penerapan digitalisasi atau tidak digitalisasi, dari hal tersebut banyak yang belum tercatat digitalisasi walaupun sudah menerapkan digitalisasi. Untuk menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi iklim perubahan yang terjadi saat ini, meningkatkan kemudahan jaringan dan melakukan pertukaran teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis Slamet et al., 2016 dalam Wijoyo, (2020). Menurut Kepala Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Kota Tangerang Selatan menjelaskan sejauh ini para pelaku UMKM menerapkan digitalisasi dan telah berkoordinasi dengan koperasi yang ada di Tangerang selatan (Pradana, 2022).

Pada data tersebut menunjukkan bahwa rekapitulasi data UMKM Kota Tangerang Selatan yang memiliki 7 Kecamatan yang terdata dimana setiap tahunnya jumlah UMKM semakin meningkat pada tahun 2017 jumlah UMKM sebesar pada pertumbuhan ekonomi mencapai

jumlah 23.781 unit kemudian menjadi 149.644 unit pada tahun 2022. Jumlah pertumbuhan ekonomi tersebut termasuk cepat dan mengalami peningkatan mencapai 4%. Terlihat bahwa kontribusi UMKM sangat besar dalam penopang utama perekonomian masyarakat. Pemerintah Kota Tangerang Selatan melalui Dinas Koperasi dan UMKM menyebut para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan melakukan transformasi ke arah digital dilakukan menjangkau pelanggan dengan tingkat persentase di atas 60%, Sedangkan pemanfaatan digital yang lebih lanjut seperti digitalisasi proses bisnis dan penggunaan teknologi digital dan analitik, masih kurang dari 30%.

Kendala yang dihadapi pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan yaitu dapat dilihat bahwa sedikitnya peluang pasar serta keikutsertaan dalam pelatihan digital maupun dalam program-program yang dilaksanakan oleh dinas koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan untuk menunjang produk pemasaran semakin luas dengan adanya digitalisasi. hal yang mengakibatkan sedikitnya peluang dalam keikutsertaan dari pelaku UMKM dengan kurangnya sosialisasi dari pemerintah setempat mengenai digitalisasi itu sendiri seperti apa dan kurang keingintahuan dari pelaku UMKM nya sendiri. Kendala tersebut mengharuskan dinas koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan lebih dalam memberikan strategi untuk mengembangkan UMKM dan belum sepenuhnya dirasakan kondusif oleh semua pelaku usaha kecil, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan (Daffa, 2023).

Tingkat digitalisasi UMKM khususnya pada Kota Tangerang Selatan, hanya kurang dari 15% yang pernah memanfaatkan *platform* digital. Laporan resmi tahun 2020 mengungkapkan sebanyak 9,4 juta UMKM telah go digital, dari target pemerintah 10 juta UMKM telah menggunakan digitalisasi pada bisnisnya di akhir 2020 (OJK-BCG Joint Research, 2020). Itu sebabnya, pentingnya memulai transformasi digital, karena melihat bahwa pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan meningkatkan daya saing UMKM Indonesia. UMKM dapat memiliki berbagai saluran distribusi pemasaran digital secara bersamaan. Pemasaran digital perlu digunakan oleh pelaku UMKM sebagai konsekuensi dari perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak belanja melalui *platform* digital. Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Kota Tangerang Selatan Dalam Pengembangan Digitalisasi UMKM”**.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan metode deskriptif untuk memecahkan permasalahan dengan cara mendeskripsikan, menginterpretasikan dan mendeskripsikan situasi sesuai dengan kenyataan yang ditemui di lapangan dengan menggunakan metode induktif (dari generalisasi ke spesifik) melalui proses dan makna berdasarkan sudut pandang subjektif. (Ahyar et al., 2020). Hal tersebut berguna untuk mendapatkan rincian tentang masalah yang akan diteliti secara mendalam sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada. Pendekatan deskriptif memandu penelitian dalam mengeksplorasi situasi sosial dengan teliti dan menyeluruh dengan menunjukkan bukti-buktinya (Abdussamad, 2021).

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu faktor penting keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan cara mengumpulkan data, sumber informasi, dan alat yang digunakan. Untuk mendapatkan data yang akurat dan akurat untuk menjawab pertanyaan penelitian, pengumpulan data yang digunakan meliputi Observasi lapangan, wawancara dan Dokumentasi. Observasi lapangan adalah pemantauan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, dan pengamatan dilakukan secara langsung di Dinas

Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang Selatan dan kepada para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan. Wawancara dengan memperoleh informasi melalui percakapan tatap muka secara langsung dengan informan. Wawancara dilakukan dengan sistematis agar informan memberikan ide serta pandangan secara alami yang dilakukan dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang Selatan dan kepada para pelaku UMKM. Dokumentasi adalah bukti yang mendukung suatu penelitian, dan dokumentasi dapat berupa foto, catatan, atau catatan dari wawancara ketika melakukan penelitian dengan orang-orang yang terkena dampak.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan hasil analisis dalam penelitian ini merupakan informasi, data dan fakta yang ada di lapangan yang ada di lapangan yang diperoleh dari pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan. Hubungan antara strategi dan teori digunakan untuk mengukur tingkat implementasi strategi. Uraian dan penjelasan terkait korelasi antara strategi dilakukan dengan indikator menurut teori Geoff Mulgan (2009) meliputi 5 indikator: tujuan, lingkungan, pengarah, tindakan dan pembelajaran. Membahas indikator strategis dengan strategi yang diterapkan Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan telah sesuai dan telah terpenuhi serta mampu menarik kesimpulan dan yang dalam hal ini pelaksanaannya berjalan dengan baik. Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dalam Pengembangan Digitalisasi UMKM

### **Tujuan**

Sektor informal merupakan sektor yang memiliki peran penting, terbukti dari kontribusi sektor informal terhadap pendapatan nasional. Yang mana sektor informal mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah yang berhasil menunjukkan eksistensinya dalam perekonomian Indonesia dalam segala situasi, mampu bertahan, bahkan dalam kondisi perekonomian terpuruk sekalipun, namun tetap dapat tumbuh dan menyerap tenaga kerja. .

Pentingnya peran UMKM ini sejalan dengan pentingnya UMKM dalam mengadaptasi penggunaan teknologi dan informasi untuk menciptakan keberlanjutan bagi UMKM tersebut. Di era revolusi industri 4.0, UMKM harus mampu menerapkan digitalisasi dalam operasional sehari-hari untuk meningkatkan produktivitas, baik secara teknologi dalam hal produksi, distribusi, pemasaran, dan sistem pembayaran. .

Sementara untuk tujuan dari pelaksanaannya sendiri jika dilihat berdasarkan observasi dan wawancara dalam penelitian, bahwa tujuan digitalisasi dengan mengenalkan produk UMKM Pasar digital bisa lebih terlihat oleh masyarakat sehingga memiliki potensi penjualan yang besar. Tentu saja hal ini membawa dampak positif. Selain pendapatan usaha meningkat, bisnis UMKM juga akan mengalami pertumbuhan pesat. Jumlah persediaan yang dijual semakin meningkat. Hal yang sama berlaku untuk jumlah pekerja yang terlibat dalam produksi. Faktanya, Anda bisa menciptakan banyak inovasi berbeda berdasarkan kebutuhan pasar. Berdasarkan data di lapangan yang diperoleh bahwasanya dalam tujuan pengembangan UMKM untuk “naik kelas” belum tercapai, terbukti dengan sangat rendahnya kontribusi perusahaan besar terhadap perekonomian. Program pengembangan digitalisasi UMKM yang dibentuk pemerintah hanya mampu menjangkau sebagian kecil UMKM yang kemudian terus menerus menjadi penerima manfaat program tersebut. Dengan kata lain, program yang sama cenderung dikunjungi berulang kali oleh UMKM yang sama. Hal ini berdampak pada lambannya upaya pemerintah dalam mengembangkan UMKM.

Sehingga tujuan tersebut masih belum sepenuhnya terpenuhi oleh UMKM karna masih

memiliki hambatan dalam teknologi, rendahnya pendidikan, keterampilan, dan pengalaman. Sedangkan dalam program digitalisasi tidak tercantum dalam peraturan daerah dan hanya terdapat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dan tidak secara spesifik bahwa hal tersebut adalah program digitalisasi. Tujuan RPJMD Menetapkan dan menjabarkan visi dan misi Kepala Daerah terpilih ke dalam bentuk strategi, kebijakan, dan program. Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kota Tangerang Selatan dalam melaksanakan tugas pokok serta fungsinya, mengacu pada misi ke-4, yaitu Meningkatkan ekonomi berbasis nilai tambah tinggi di sektor ekonomi kreatif dengan agenda pembangunan meningkatkan ekonomi untuk mengurangi kesenjangan. Adapun sasaran yang hendak dicapai berdasarkan misi tersebut, yaitu meningkatnya kontribusi sektor terhadap perekonomian kota melalui UMKM dan Koperasi. Adapun program Kepala Daerah terpilih yang akan dilaksanakan terkait dengan tugas pokok dan fungsi Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah antara lain Pendampingan entrepreneur ekonomi kreatif dan *e-commerce*.

Dari hal tersebut berkaitan dengan perkembangan UMKM melalui peningkatan dengan mengelolah SDM untuk mengarah atau berbasis teknologi. Sama halnya dengan mengarahkan digitalisasi untuk mengoptimalkan upaya pemasaran bagi produk sehingga menghasilkan produk yang unggul. Namun pada realisasinya masih perlunya pengembangan koperasi dan UMKM berbasis teknologi (koperasi modern dan UMKM berbasis ekonomi kreatif serta teknologi). Serta Perlunya peningkatan sumber daya Koperasi dan UMKM untuk meningkatkan jumlah koperasi berkualitas dan jumlah tenaga kerja UMKM.

**Lingkungan**

Lingkungan dengan menggunakan analisis SWOT untuk melihat atau mengidentifikasi dengan tujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan yang ada dalam digitalisasi UMKM. Mengidentifikasi peluang digitalisasi UMKM Dengan mengetahui peluang, baik peluang saat ini maupun peluang di masa depan. Mengidentifikasi kelemahan bertujuan untuk dapat menentukan kelemahan apa yang masih ada, dan dengan mengetahui kelemahan tersebut dapat memberikan solusi. Mengidentifikasi ancaman bertujuan untuk mengetahui apa ancaman yang dirasakan oleh UMKM dalam melakukan digitalisasi. Hal tersebut telah terurai sebagai berikut:

Tabel : Analisis Swot

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki SDM dengan kemampuan menguasai digitalisasi</li> <li>2. Memiliki ilmu dan pengetahuan mengenai digitalisasi</li> <li>3. Mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi</li> <li>4. Memiliki akses internet yang memumpuni untuk UMKM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya minat dan kesadaran untuk mengikuti perkembangan zaman</li> <li>2. Kurang ilmu dan pengetahuan dalam memanfaatkan digitalisasi UMKM</li> <li>3. Memiliki usia yang kurang produktif dalam mengelolah usaha</li> <li>4. Kurangnya modal dari pelaku UMKM</li> <li>5. Kurang promosi dan inovasi dalam mengembangkan produk</li> <li>6. Pemberdayaan UMKM masih belum dilaksanakan secara menyeluruh</li> </ol>

Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas akses pasar dan nilai jual tinggi</li> <li>2. Kemudahan dalam melakukan akses digitalisasi</li> <li>3. Meningkatkan proses digital marketing dengan membuat iklan yang menarik</li> <li>4. Mempermudah dalam menginovasi produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rentan terhadap penipuan dan kebocoran data dalam <i>marketplace</i></li> <li>2. Semakin banyak pesaing yang menggunakan pemasaran digital</li> <li>3. Ada usaha sejenis yang menawarkan harga yang lebih murah</li> <li>4. Ada <i>marketplace</i> yang menjual produk sejenis dengan berbagai varian harga</li> </ol>

### 1. Kekuatan

Berdasarkan hal diatas menjelaskan bahwa yang menjadi faktor yang utama dalam hal digitalisasi UMKM dengan adaptif dan memiliki ketahanan yang besar dalam persaingan pasar baik domestik maupun internasional, sehingga menjadi modal utama bagi UMKM untuk menjadi wirausaha atau wirausahawan utama UMKM di ekonomi digital. Hal tersebut berarti bahwa keterampilan sumber daya manusia baik konsumen UMKM maupun pengusaha tidak bisa lepas dari penggunaan platform digital untuk terus bertahan dan bersaing. UMKM harus mampu merespon dinamika permintaan yang terjadi di masyarakat. Sedangkan dalam Sumber daya yang dihasilkan oleh dinas koperasi sangat terbatas karena dalam pengurusan pada bidang UMKM terdapat kurang lebih 20 orang namun dalam 1 bidang tersebut kemudian terpecah menjadi subbagian program kegiatan, sehingga dalam bagian digitalisasi program hanya terdapat 3- 4 orang. Hal ini sangat tidak efisien dan efektif karena dilihat dari jumlah UMKM di Kota Tangerang Selatan mencapai 149.644 unit pada tahun 2022.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, menunjukkan bahwa dalam sumber daya untuk menjalankan digitalisasi UMKM masih memiliki kekurangan sehingga prosesnya masih belum berjalan secara optimal sehingga peran dari pemerintah sendiri harus siap dalam memberikan kesiapan untuk UMKM dengan memberikan program percepatan transformasi digital dalam pemberdayaan sumber daya melalui literasi digital untuk mampu beradaptasi.

### 2. Peluang

Di satu sisi, digitalisasi, otomasi, dan penggunaan kecerdasan buatan dalam kegiatan ekonomi akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi produksi modern, sekaligus memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Teknologi digital juga berkontribusi terhadap perkembangan UMKM serta perkembangan e-commerce. Selain itu, tumbuhnya berbagai aktivitas perdagangan dan pembelian online juga belum dibarengi dengan upaya optimalisasi penerimaan negara dan pengawasan kepatuhan perpajakan dalam bertransaksi. Hal ini penting karena transaksi digital bersifat lintas negara.

Adapun dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan memberikan peluang yang besar untuk UMKM dalam menguasai teknologi maka Dinas Koperasi dan UKM memberikan pelatihan. Pelatihan ini pelatihan marketing dan pelatihan digital manajemen, dari kedua pelatihan tersebut dilaksanakan untuk memberikan peluang bagi UMKM untuk menguasai teknologi dan memberikan inovasi serta dapat beradaptasi dengan kemajuan

teknologi.

Sedangkan peluang yang dirasakan menurut UMKM dengan mengarahkan usaha secara digitalisasi dengan memanfaatkan teknologi serta mengenalkan usaha ke internet untuk mendapatkan peluang yang lebih besar dan lebih efektif, UMKM mulai mempromosikan produk dan layanannya melalui platform digital, baik dalam bentuk gambar maupun video. Selanjutnya membuat toko online di marketplace untuk memudahkan pelanggan mencari produk yang akan dijual. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan setelah penjualan digital.

Berdasarkan penjelasan di atas, didapati bahwa peluang dalam digitalisasi untuk UMKM sangat besar dampaknya sehingga membuat perubahan dalam perkembangan UMKM serta peran Dinas Koperasi telah memberikan peluang untuk UMKM dengan memberikan pelatihan khusus untuk mengarahkan usaha untuk digitalisasi.

### **3. Kelemahan**

Ekonomi digital memberikan banyak tantangan khususnya bagi para pelaku usaha UMKM khususnya usaha mikro dan kecil yang saat ini belum banyak menerapkan aktivitas bisnisnya. sehingga yang menjadi kelemahan dalam mengembangkan teknologi ketika usaha rendahnya minat dan kesadaran pemangku kepentingan usaha mikro dalam memantau perkembangan saat ini, khususnya pemangku kepentingan usaha mikro termasuk ibu rumah tangga dan lansia, kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam hal ini, termasuk kurangnya pengetahuan tentang manfaat digitalisasi terhadap produktivitas usaha, kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan telepon pintar dalam kegiatan usaha perekonomian sehari-hari, serta keterbatasan modal yang dalam hal ini berkaitan dengan keterbatasan sarana dan prasarana, misalnya tidak semua badan usaha mikro dan kecil mempunyai telepon pintar atau komputer dan tidak semua mempunyai akses yang baik terhadap internet, sehingga menyebabkan kesulitan berpartisipasi dalam ekosistem digital. Menurut Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan menjelaskan bahwa kelemahan digitalisasi UMKM yaitu dengan adanya faktor usia yang kurang memahami kemajuan teknologi serta manfaat yang dirasakan ketika beralih dalam digitalisasi, karena dalam pandangan UMKM yang memiliki umur diatas 40 tahun mengatakan dengan menggunakan teknologi dalam usaha akan mempersulit karena ketika sudah di usia yang kurang produktif ketika diberikan arahan dalam hal memanfaatkan teknologi untuk usaha akan lebih lambat dalam menanggapi hal tersebut.

Adapun dari para UMKM terkait kelemahan dalam mengadopsi digitalisasi untuk usaha bahwa yang menjadi faktor kelemahan salah satunya kurangnya pengetahuan dalam mengoperasikan teknologi serta adanya keterbatasan modal yang dirasa oleh UMKM. Sehingga ketika kekurangan modal tersebut mengakibatkan sumber daya menjadi lemah dan kurang mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Hal tersebut yang menjadi kendala yang harus dibenahi karena akan menjadi boomerang bagi UMKM dikarenakan akan selalu seperti itu Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan teknologi informasi oleh sektor UMKM masih belum optimal. Hal ini dikarenakan sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki keterampilan atau kemampuan dalam mengelola teknologi. Kenapa demikian karena ada faktor umur serta Pendidikan yang melatar belakangi hal tersebut yang menjadikan UMKM kurang menguasai dan sulit beradaptasi dalam penggunaan teknologi dan informasi ke dalam usaha sehingga mengakibatkan kemampuan, dan keterampilan terhadap teknologi informasi dan komunikasi untuk usaha relatif rendah. Faktor usia disebut-sebut menjadi alasan utama para pelaku UMKM enggan kembali meneliti. Jadi, sangat sulit memanfaatkan teknologi

dan komunikasi, apalagi dalam dunia bisnis maka prosesnya akan lambat dalam pemanfaatan tersebut.

#### **4. Ancaman**

Tantangan utama yang dihadapi usaha mikro dan kecil dalam hal kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah rendahnya tingkat pendidikan, keterampilan dan pengalaman serta akses terhadap informasi (Saribu, 2017) dalam (Pratiwi, 2020). Masyarakat yang senantiasa berubah/dinamis, baik dari segi selera maupun kebutuhan, menjadikan para wirausahawan semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan/menyediakan produk dan jasa, serta mampu berpikir kreatif dengan menciptakan sesuatu yang tidak biasa/unik. Meningkatnya persaingan akibat kemajuan teknologi mendorong kolaborasi antar wirausaha bahkan melalui dunia maya, artinya wirausaha dapat berkolaborasi dimanapun di dunia dan menghadapi tantangan pesaing dari banyak bisnis lain dari berbagai wilayah di dunia Sementara menurut Dinas Koperasi dan UKM bahwa ancaman dari pengadaan digitalisasi sangat rentang terhadap skimmer atau penipuan yang mengakibatkan kebocoran data hal tersebut sangat rentan dialami oleh UMKM salah satunya dalam marketplace. Sehingga harus ada pelatihan dalam hal pencegahan untuk menangani skimmer atau penipuan untuk meminimalisir keadaan.

Sedangkan dari UMKM sendiri yang menjadi faktor utama dalam ancaman merupakan adanya persaingan yang ketat dalam pasar yang mengakibatkan siklus pasar terus berjalan dengan harga pasar yang berbeda. Hal tersebut yang mengharuskan UMKM terus berinovasi untuk membentuk beragam keunggulan dalam hal yang ingin di perjual belikan kepada masyarakat luas.

Berdasarkan penjelasan diatas didapati bahwa ancaman memang selalu ada dalam usaha baik dari persaingan harga ataupun lainnya yang merupakan hal yang sangat umum dalam dunia usaha. Namun hal tersebut harus dijadikan contoh untuk membangun usaha untuk terus berkembang untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang dengan memanfaatkan teknologi serta harus mempelajari rentannya skimmer atau penipuan dalam membangun usaha dalam digitalisasi untuk menghindari penipuan.

#### **Pengarahan**

Pengarahan merupakan salah bentuk untuk mewujudkan suatu program sehingga adanya pendampingan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM dengan tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan digitalisasi UMKM dan memberikan sosialisasi kepada UMKM untuk bersedia diberikan pendampingan secara intensif. Adapun mengenai pengarahan yang diberikan dinas koperasi dan UKM dalam bentuk pelatihan, yaitu pelatihan digital marketing yang tersedia melalui website dan dapat pendaftar untuk mempermudah dalam mengakses. Hal tersebut tidak sepenuhnya dapat diakses oleh UMKM karena keterbatasan penerimaan peserta yang hanya menerima 40 peserta. yang seharusnya dilakukan dinas koperasi dengan menambah jumlah kuota peserta sehingga lebih banyak UMKM untuk ikut peran dalam pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UKM.

Namun penjelasan dari UMKM mengatakan bahwa pengarahan tidak dilakukan secara menyeluruh dikarenakan hanya sebagian UMKM yang mendapatkan pengarahan dalam bentuk sosialisasi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM. Mengapa demikian karena UMKM paling dominan melakukan digitalisasi secara mandiri dengan mempelajari melalui internet maupun media lainya seperti youtube. Hal tersebut dilakukan karena proses untuk mengikuti pengarahan atau sosialisasi dalam bentuk pelatihan dari dinas sangat panjang sehingga UMKM memilih melakukan digitalisasi secara mandiri.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, menunjukkan bahwa pengarahan yang dilakukan

oleh dinas koperasi dan UKM untuk membantu UMKM mengarah ke digitalisasi agar lebih dipermudah dengan memberikan pelatihan melalui prosedur yang tidak rumit atau panjang sehingga membuat minat UMKM untuk mengikuti pelatihan. Namun tidak dipungkiri bahwa peran serta tidak hanya dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan tetapi dari pihak kampus pun ikut terlibat dalam membangun digitalisasi untuk UMKM. dan pada kenyataan memang tidak semua UMKM mendapatkan pengarahan yang telah diuraikan seperti diatas. Salah satunya dengan bantuan yang didapatkan oleh pihak external yaitu kampus atau mahasiswa yang sedang menjalankan KKN dengan memberikan pengarahan sosialisasi mengenai pelatihan digital untuk membangun kinerja SDM agar dapat beradaptasi sehingga berperan dengan semestinya. Padahal peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan yang seharusnya membangun UMKM bukan pihak external lah yang memberikan pengarahan tersebut, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dinas belum sepenuhnya optimal dalam memberikan pengarahan kepada UMKM yang mengakibatkan turut sertanya peran external yang terlibat.

#### Tindakan

Terkait upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan UMKM yang dilakukan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Tangerang Selatan, ditemukan bahwa faktor penghambat terlaksananya upaya digitalisasi adalah rendahnya minat dan rendahnya kesadaran pemangku kepentingan usaha mikro dalam memantau perkembangan saat ini. . khususnya pemangku kepentingan usaha mikro termasuk ibu rumah tangga dan lansia, kurangnya pengetahuan mengenai sumber daya manusia dalam hal ini diantaranya kurangnya pengetahuan tentang manfaat digitalisasi bagi produktivitas usaha, kurangnya pengetahuan tentang penggunaan smartphone dalam kegiatan perekonomian sehari-hari, serta terbatasnya permodalan yang dalam hal ini terkait dengan masih kurangnya sarana dan prasarana, misalnya tidak semua usaha kecil dan mikro memiliki smartphone atau komputer dan tidak semua memiliki akses internet yang baik sehingga menyebabkan sulitnya berpartisipasi dalam ekosistem digital (Pratiwi, 2020).

Maka adanya tindakan yang diambil dalam permasalahan tersebut seperti dari Dinas Koperasi dan UKM hal yang dilakukan dengan memberikan sosialisasi berupa bimbingan teknis serta memberikan sarana dan prasarana namun tidak semua UMKM mendapatkan fasilitas sarana dan prasarana dikarenakan keterbatasan anggaran. Dalam membangun Tindakan tersebut diadakannya pelatihan dalam program digital marketing untuk mengembangkan digitalisasi UMKM dengan memberikan pengarahan untuk membentuk akun untuk bisnis dan memberikan pengarahan untuk prosesnya.

Sedangkan dari UMKM menjelaskan bahwa yang terlibat dalam pelaksanaan program digital marketing sangatlah sedikit sehingga hal tersebut kurang optimal dan perlunya dorongan dari pemerintah setempat untuk membangun motivasi UMKM untuk ikut peran serta dalam membangun digitalisasi UMKM.

Disimpulkan bahwasanya dalam hal tindakan yang diberikan Dinas Koperasi dan UKM masih belum berjalan dengan baik. Dikarenakan banyak kekurangan yang ada salah satunya keterbatasan anggaran mengakibatkan tidak menyeluruhnya fasilitas sarana dan prasarana yang dirasakan oleh UMKM. Pelatihan yang diberikan berupa digital marketing tidak semua UMKM mendapatkan pelatihan tersebut dikarenakan kurangnya dorongan atau motivasi yang diberikan dari pemerintah dalam proses pengembangan digitalisasi, Serta kurang peran sumber daya manusia pendukung dalam memberikan pelatihan yang mengakibatkan sasaran UMKM pun menjadi terbatas.

#### **Pembelajaran**

Pembelajaran merupakan tolak ukur atau perbandingan dari evaluasi yang telah dilakukan. Dalam pembelajaran yang didapat oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dalam digitalisasi UMKM bahwa strategi yang dijalankan sudah berjalan namun belum terlaksana secara optimal. Hal tersebut diakibatkan dengan kurangnya sumber daya yang dimiliki Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang sehingga UMKM tidak secara menyeluruh mendapatkan pelatihan digital. Kemudian yang harus dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang terkait sumber daya yang dimiliki dengan memberikan Pendidikan untuk mengoptimal kinerja hal tersebut bertujuan dalam rangka meningkatkan kemampuan SDM untuk memberikan pelatihan digitalisasi UMKM. Dari hal kekurangan SDM yang dimiliki Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang maka mengakibatkan kurangnya kuota yang dibuka dalam pendaftaran pelatihan digital marketing. Maka dari itu yang menjadi evaluasi yaitu dengan memperhatikan pelaksanaan kegiatan pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan, dengan mengevaluasi peserta UMKM dari 3 tahun terakhir ketika sudah mengikuti dari awal tahun maka akan mendahulukan yang belum mendaftar dalam pelatihan dari tahun sebelumnya. Hal tersebut dilakukan agar anggaran yang dikeluarkan lebih tetap sasaran.

Sedangkan dari UMKM bahwa digitalisasi sejalan dengan pentingnya UMKM dalam mengadaptasi penggunaan teknologi dan informasi untuk menciptakan keberlanjutan UMKM. Di era revolusi industri 4.0, UMKM harus mampu menerapkan digitalisasi dalam operasional sehari-hari untuk meningkatkan produktivitas, baik secara teknologi dalam hal produksi, distribusi, pemasaran, dan sistem pembayaran. Sehingga peran pemerintah dalam membentuk UMKM sangat penting dengan memberikan motivasi dan dorongan untuk membangun ekonomi dalam UMKM.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan teori Geoff Mulgan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan dari pengembangan digitalisasi UMKM di Tangerang Selatan adalah untuk menghasilkan UMKM yang inovatif dan kreatif sehingga meningkatkan nilai jual tambah tinggi bagi produk dan dapat beradaptasi dengan teknologi melalui Dinas Koperasi dan UKM di Kota Tangerang Selatan dengan program digitalisasi berupa sosialisasi promosi digital marketing dan bimbingan teknis agar menghasilkan output yang diinginkan. Namun pada realisasinya masih belum terlaksana secara optimal sehingga masih kurangnya pemahaman digitalisasi bagi UMKM.
2. Lingkungan di Tangerang Selatan yang berpengaruh dibagi menjadi Empat yaitu Pertama, kekuatan, memiliki keterampilan SDM dalam penggunaan teknologi. Kedua, peluang memberikan peningkatan omset masukan dalam menggunakan penjualan secara digitalisasi, mengembangkan akses pasar secara luas serta memberikan kemudahan dalam melakukan akses digitalisasi. Ketiga, Kelemahan terdapat SDM UMKM yang masih belum mahir dalam bidang teknologi secara online serta adanya keterbatasan ilmu dan pengetahuan digitalisasi UMKM dan sebagian besar UMKM sudah berusia lanjut sehingga sulit memahami teknologi. Keempat, Ancaman banyaknya kompetitor.
3. Pengarahan dari digitalisasi UMKM ini untuk membangun UMKM terus berkembang. Dalam bentuk pelatihan yang oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan yaitu pelatihan digital marketing yang tersedia melalui *website* dan dapat mendaftar untuk mempermudah dalam mengakses, Namun dalam pelaksanaannya belum optimal.

4. Tindakan yang dilakukan dalam pengembangan digitalisasi UMKM ialah pertama, melakukan strategi yang serupa yakni melakukan sosialisasi-sosialisasi berupa pelatihan dengan bimbingan teknis dalam rangka membentuk UMKM untuk cepat beradaptasi dengan digitalisasi serta membangun motivasi untuk UMKM. Tetapi dalam prosesnya masih belum mendukung karena sarana dan prasarana yang kurang memadai yang diakibatkan oleh kurangnya anggaran serta peran pemerintah yang kurang optimal dalam sumber daya pendukung.
5. Pembelajaran yang didapatkan ialah umpan balik ketika pelaksanaan pengembangan digitalisasi UMKM tidak mendapatkan hasil yang cukup baik sehingga diubah pola sosialisasinya oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan sehingga harus adanya evaluasi mendalam untuk meningkatkan perkembangan digitalisasi UMKM secara merata.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan penelitian maka didapatkan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan sebagai pendorong utama perlu lebih memberikan pemahaman digitalisasi terhadap UMKM yang ada di Tangerang Selatan tentang pentingnya pelatihan-pelatihan yang berguna untuk mengembangkan usaha dalam digitalisasi dengan program pelatihan digital melalui *website* ataupun offline melakukan sosialisasi secara berkala dalam pengarahannya.
2. Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan perlu memberikan pelatihan secara berkala sehingga ada tindak lanjut dari pelatihan yang sebelumnya sehingga memberikan hasil yang optimal.
3. Perlu kerja sama antara beberapa stakeholder dalam menjalankan pengembangan digitalisasi UMKM salah satunya dari stakeholder Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, Kampus, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
4. Memberikan monitoring perkembangan secara berkala terhadap pelaksanaan pelatihan untuk memberikan evaluasi dalam proses pelaksanaan pelatihan digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku :**

- abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cv. Syakir Media Press.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., & Mada, U. G. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April). Cv. Pustaka Ilmu.
- Jurnal
- Alshanty Am, & E. O. (2019). Market-Sensing Capability, Knowledge Creation And Innovation: The Moderating Role Of Entrepreneurial-Orientations. *Journal Of Innovation & Knowledge*, 171–178.
- Bustomi, M. Y., Rohaeni, N., Aryanto, D., & Faizal. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Digital Terhadap Pemberdayaan Umkm Di Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 5 No. 1 Ma.
- Hidayat, W. A. (2007). *Analisis Kredit Macet Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Sentra Konveksi Ulujami Pematang*.
- Kurniawati E, A. S. I. & I. I. (2020). E-Commerce Opportunities In The 4.0 Era

- Innovative Entrepreneurship Management Development. *Polish Journal Of Management Studies 21(1)*, 199–210, Doi: 10.17512/Pjms.2020.21.1.15.
- Pradana, A. (2022). *Pemerintah Dorong Umkm Di Tangsel Melek Digital*. <https://www.mcmnews.id/regional/tangerang-selatan/pemerintah-dorong-umkm-di-tangsel-melek-digital>
- Pratiwi, I. A. M. Dan I. A. G. D. (2020). Mendorong Penerapan Digitalisasi Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, 11*.
- Sumadi. (2021). Dinamika Transformasi Umkm Di Era Digitalisasi Pandemi Covid-19. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, Issn Cetak: 2654-5306.
- Umkm, K. K. Dan. (2019). Identifikasi Arah Rencana Strategis Jangka Menengah (Rpjmn 2020-2024). *Slide Presentasi Pada Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Kukm*.
- Wijoyo, H. ; W. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I Tahun 2020, 1*, 9–13.

#### **Perundang-Undangan** :

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah

#### **Dokumen** :

- Rekapitulasi Data UMKM Kota Tangerang Selatan Tahun 2017-2022
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024

#### **Internet** :

- Daffa. (2023). *Dinkop UKM Tangsel Gelar Pelatihan Promosi Digital UMKM*.  
Sumber:  
<https://liputankota.com/2023/05/22/dinkop-ukm-tangsel-gelar-pelatihan-promosi-digital-umkm/>. 12 Agustus 2023
- Harmawan, B. N. (2018). *Hambatan Umkm "Go-Online."*  
<https://mkp.fisipol.ugm.ac.id/2018/11/21/hambatan-umkm-go-online/>. Diakses 19 Maret 2023
- Iswan, R. (2023). Menggerakkan Semangat Umkm Yang Menjadi Potensi Unggulan Di Tangerang Selatan. *Info Tangsel*.  
<https://www.bidiktangsel.com/info-tangsel/9709807149/menggerakkan-semangat-umkm-yang-menjadi-potensi-unggulan-di-tangerang-selatan>. Diakses 15 Agustus 2023

Sambas. (2022). *Sgu Dampingi Umkm Di Tangerang Selatan Agar Naik Kelas.*

<https://Banten.AntaraneWS.Com/Berita/234183/Sgu-Dampingi-Umkm-Di-Tangerang-Selatan-Agar-Naik-Kelas>. . Diakses 13 Febuari 2023

Pradana, A. (2022). *Pemerintah Dorong Umkm Di Tangsel Melek Digital.*

<https://Www.Mcmnews.Id/Regional/Tangerang-Selatan/Pemerintah-Dorong-Umkm-Di-Tangsel-Melek-Digital>. Diakses 7 Febuari 2023