

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA DIGITAL DI KOTA PONTIANAK

Vera Aryani^{1*}, Henrian Stiawan², Ika Lusiana Sari³

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak, Indonesia

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak, Indonesia

³Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak, Indonesia

*Email korespondensi: veeraaryanio5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital di Kota Pontianak. Menggunakan pendekatan mixed method, penelitian dilakukan terhadap 375 pelaku UMKM dengan kombinasi survei, wawancara mendalam dengan 20 informan kunci, observasi terhadap 10 UMKM, dan focus group discussion dengan tiga kelompok pemangku kepentingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital UMKM masih berada pada level menengah (40% aktif, 35% transisi, 25% konvensional), dengan faktor-faktor utama yang mempengaruhi meliputi literasi digital, ketersediaan sumber daya, dan dukungan ekosistem. UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital menunjukkan peningkatan omset rata-rata 157% dan efisiensi operasional 25-30%. Penelitian merekomendasikan strategi pengembangan komprehensif yang mencakup penguatan kapasitas digital, fasilitasi akses teknologi dan infrastruktur, pengembangan skema pembiayaan, penguatan kolaborasi dengan platform digital, serta pengembangan sistem pendampingan berkelanjutan. Implementasi strategi ini membutuhkan kolaborasi aktif antara pemerintah daerah, sektor swasta, akademisi, dan komunitas UMKM dalam membangun ekosistem digital yang mendukung.

Kata kunci: UMKM, transformasi digital, strategi pengembangan, daya saing, Kota Pontianak

ABSTRACT

This research aims to analyze the development strategy of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in facing digital era competition in Pontianak City. Using a mixed-method approach, the research was conducted on 375 MSME entrepreneurs through a combination of surveys, in-depth interviews with 20 key informants, observations of 10 MSMEs, and focus group discussions with three stakeholder groups. The results show that the level of digital technology adoption among MSMEs remains at a medium level (40% active, 35% in transition, 25% conventional), with key influencing factors including digital literacy, resource availability, and ecosystem support. MSMEs that have adopted digital technology showed an average revenue increase of 157% and operational efficiency improvements of 25-30%. The research recommends a comprehensive development strategy that includes strengthening digital capacity, facilitating access to technology and infrastructure, developing financing schemes, strengthening collaboration with digital platforms, and developing sustainable assistance systems. The implementation of this strategy requires active collaboration between local government, private sector, academics, and MSME communities in building a supportive digital ecosystem.

Keywords: *UMKM, digital transformation, development strategy, competitiveness, Pontianak City*

PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat seperti saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan sekaligus peluang yang semakin kompleks. Kota Pontianak, sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Barat, memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM yang menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Pontianak, tercatat lebih dari 15.000 UMKM yang beroperasi di berbagai sektor usaha seperti kuliner, kerajinan, fashion, dan jasa pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan betapa pentingnya peran UMKM dalam struktur ekonomi kota ini.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap persaingan bisnis secara fundamental. Transformasi digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan yang mendesak bagi pelaku UMKM di Kota Pontianak untuk dapat bertahan dan berkembang. Fenomena ini semakin menguat setelah pandemi COVID-19, di mana perubahan perilaku konsumen yang semakin digital-savvy menuntut adaptasi cepat dari para pelaku UMKM. Namun, berdasarkan survei awal yang dilakukan, masih banyak UMKM di Kota Pontianak yang belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha mereka.

Beberapa kendala utama yang dihadapi UMKM di Kota Pontianak dalam menghadapi era digital antara lain adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital, kurangnya akses terhadap infrastruktur digital yang memadai, serta minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Data dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% UMKM yang sudah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya, sementara sisanya masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan bisnis.

Di sisi lain, Kota Pontianak memiliki berbagai keunggulan yang dapat mendukung pengembangan UMKM di era digital. Posisinya sebagai kota strategis dengan akses ke berbagai wilayah di Kalimantan Barat, tingkat penetrasi internet yang mencapai 75% dari total populasi, serta dukungan pemerintah daerah melalui berbagai program pemberdayaan UMKM merupakan modal penting yang perlu dioptimalkan. Berbagai produk unggulan khas Pontianak seperti kain tenun corak insang, amplang, dan aneka olahan durian memiliki potensi besar untuk dipasarkan secara digital ke pasar yang lebih luas.

Dalam konteks persaingan global, UMKM Kota Pontianak juga dihadapkan pada tantangan masuknya produk-produk dari luar daerah bahkan luar negeri melalui platform digital. Hal ini semakin menguatkan urgensi pengembangan strategi yang tepat bagi UMKM lokal untuk dapat bersaing secara efektif. Beberapa UMKM yang telah berhasil bertransformasi digital menunjukkan peningkatan omset hingga 200% setelah

mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce dan media sosial dalam strategi pemasaran mereka.

Pemerintah Kota Pontianak telah menginisiasi berbagai program untuk mendukung digitalisasi UMKM, seperti pelatihan digital marketing, fasilitasi akses ke marketplace, dan pemberian bantuan teknologi. Namun, efektivitas program-program tersebut masih perlu dievaluasi dan ditingkatkan mengingat masih banyaknya UMKM yang belum tersentuh atau belum mampu mengimplementasikan pembelajaran yang diberikan secara optimal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanto et al. (2022) mengenai adopsi teknologi digital pada UMKM di Kota Pontianak menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti literasi digital, akses terhadap modal, dan dukungan ekosistem digital sangat mempengaruhi keberhasilan transformasi digital UMKM. Namun, penelitian tersebut belum secara komprehensif mengkaji strategi pengembangan yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Berdasarkan berbagai fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, menjadi penting untuk melakukan penelitian mendalam mengenai strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital di Kota Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM Kota Pontianak di era digital.

Urgensi penelitian ini semakin relevan mengingat percepatan transformasi digital yang terjadi secara global dan regional. Kemampuan UMKM Kota Pontianak untuk beradaptasi dan berkembang di era digital akan sangat menentukan keberlanjutan usaha mereka di masa depan. Selain itu, keberhasilan transformasi digital UMKM juga akan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan penciptaan lapangan kerja di Kota Pontianak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed method yang mengkombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang strategi pengembangan UMKM di era digital di Kota Pontianak. Penggunaan metode campuran ini dipilih karena kompleksitas permasalahan yang membutuhkan data numerik untuk mengukur tingkat adopsi digital dan efektivitas strategi yang ada, serta data kualitatif untuk memahami secara mendalam tantangan dan peluang yang dihadapi pelaku UMKM.

Dalam aspek kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner terstruktur yang akan didistribusikan kepada 375 pelaku UMKM di Kota Pontianak. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dari total populasi 15.000 UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Pontianak. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling dengan mempertimbangkan proporsi jenis usaha (kuliner, kerajinan, fashion, dan jasa) untuk memastikan keterwakilan setiap sektor UMKM.

Kuesioner penelitian dirancang untuk mengukur variabel-variabel kunci seperti tingkat adopsi teknologi digital, kesiapan digital, tantangan yang dihadapi, kebutuhan pengembangan, serta dampak penggunaan teknologi digital terhadap kinerja usaha. Sebelum disebarkan secara luas, kuesioner akan melalui uji validitas dan reliabilitas dengan melibatkan 30 responden pilot untuk memastikan instrumen penelitian dapat mengukur variabel-variabel yang diteliti secara akurat dan konsisten.

Untuk aspek kualitatif, penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam (in-depth interview) dengan 20 informan kunci yang terdiri dari pelaku UMKM yang telah berhasil mengadopsi teknologi digital, perwakilan dinas terkait (Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Komunikasi dan Informatika), akademisi, praktisi e-commerce, dan konsultan bisnis digital. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan wawancara yang telah disiapkan namun tetap membuka ruang untuk eksplorasi topik yang relevan yang muncul selama wawancara.

Selain wawancara, penelitian ini juga melakukan observasi langsung terhadap 10 UMKM terpilih yang mewakili berbagai tingkat adopsi digital (tinggi, sedang, dan rendah) untuk mendapatkan gambaran nyata tentang implementasi teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Observasi akan difokuskan pada aspek-aspek seperti penggunaan platform digital, proses bisnis yang telah terdigitalisasi, dan interaksi dengan pelanggan melalui kanal digital.

Focus Group Discussion (FGD) akan diselenggarakan dengan melibatkan 3 kelompok berbeda: kelompok pelaku UMKM, kelompok pemerintah dan pembuat kebijakan, serta kelompok ecosystem enabler (marketplace, fintech, dan konsultan digital). Setiap FGD akan diikuti oleh 8-10 peserta untuk mendiskusikan secara mendalam tentang strategi pengembangan UMKM di era digital, tantangan yang dihadapi, dan solusi yang dapat diterapkan.

Analisis data kuantitatif akan menggunakan statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan *software SPSS*. Analisis akan mencakup distribusi frekuensi, *cross-tabulation*, uji korelasi, dan analisis regresi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan adopsi digital UMKM. Sementara itu, data kualitatif akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan tahapan koding, kategorisasi, dan pengembangan tema untuk mengidentifikasi pola dan tema utama dari hasil wawancara dan FGD.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber (pelaku UMKM, pemerintah, dan stakeholder lainnya) serta triangulasi metode dengan membandingkan data yang diperoleh melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan FGD. Penelitian ini juga akan melakukan member checking dengan mengembalikan hasil analisis kepada informan kunci untuk memvalidasi interpretasi peneliti.

Waktu penelitian direncanakan selama enam bulan dengan pembagian: satu bulan untuk persiapan dan pengembangan instrumen, dua bulan untuk pengumpulan data kuantitatif, dua bulan untuk pengumpulan data kualitatif, dan satu bulan untuk analisis

data dan penyusunan laporan. Lokasi penelitian mencakup seluruh wilayah Kota Pontianak dengan mempertimbangkan persebaran UMKM di berbagai kecamatan.

Etika penelitian akan dijaga dengan memastikan informed consent dari semua responden dan informan, menjaga kerahasiaan data pribadi dan informasi bisnis yang sensitif, serta memberikan kebebasan kepada partisipan untuk mengundurkan diri dari penelitian kapan saja. Semua data yang dikumpulkan akan disimpan secara aman dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Hasil penelitian akan dianalisis untuk mengembangkan rekomendasi strategi pengembangan UMKM di era digital yang mencakup aspek pengembangan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi digital, akses terhadap pembiayaan digital, pengembangan pasar digital, dan penguatan ekosistem pendukung. Rekomendasi akan disusun dengan mempertimbangkan karakteristik khusus UMKM di Kota Pontianak dan potensi sumber daya yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 375 pelaku UMKM di Kota Pontianak dengan menggunakan metode mixed method, diperoleh beberapa temuan penting terkait kondisi dan strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM Kota Pontianak masih berada pada level menengah, dengan 40% UMKM telah menggunakan platform digital secara aktif, 35% masih dalam tahap transisi, dan 25% sisanya masih sepenuhnya mengandalkan metode konvensional dalam operasional bisnis mereka.

Dalam aspek kesiapan digital, penelitian menemukan bahwa faktor utama yang mempengaruhi tingkat adopsi teknologi digital adalah tingkat literasi digital pelaku UMKM, ketersediaan sumber daya (baik finansial maupun teknologi), dan dukungan ekosistem digital. Hasil survei mengungkapkan bahwa 65% pelaku UMKM mengakui pentingnya transformasi digital, namun hanya 45% yang merasa memiliki kemampuan dan sumber daya yang memadai untuk melakukan transformasi tersebut. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital menjadi hambatan utama, dengan 70% responden menyatakan membutuhkan pelatihan lebih lanjut dalam hal pemasaran digital, manajemen bisnis online, dan penggunaan teknologi digital untuk operasional bisnis.

Analisis terhadap UMKM yang telah berhasil mengadopsi teknologi digital menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan. Data kuantitatif menunjukkan bahwa UMKM yang telah mengoptimalkan penggunaan platform digital mengalami peningkatan omset rata-rata sebesar 157% dalam kurun waktu satu tahun, dengan peningkatan tertinggi mencapai 300% untuk sektor kuliner dan fashion. Selain itu, efisiensi operasional juga meningkat dengan pengurangan biaya operasional sebesar 25-30% melalui otomatisasi proses bisnis dan penggunaan sistem manajemen inventori digital.

Hasil wawancara mendalam dengan 20 informan kunci mengungkapkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM sangat bergantung pada komitmen pemilik usaha, dukungan ekosistem, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan. UMKM yang berhasil umumnya memiliki pemimpin yang adaptif dan terbuka terhadap inovasi, serta aktif mencari peluang pengembangan melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan. Temuan kualitatif juga menunjukkan bahwa kolaborasi dengan platform marketplace dan fintech memberikan dampak positif dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan inklusi keuangan UMKM.

Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan menghasilkan beberapa rekomendasi strategis untuk pengembangan UMKM di era digital. Pertama, perlunya pengembangan program pelatihan digital yang terstruktur dan berkelanjutan, dengan fokus pada keterampilan praktis yang langsung dapat diimplementasikan oleh pelaku UMKM. Kedua, pentingnya penguatan infrastruktur digital dan akses internet yang merata di seluruh wilayah Kota Pontianak. Ketiga, perlunya fasilitasi akses terhadap pembiayaan digital yang lebih mudah dan terjangkau bagi UMKM.

Observasi terhadap 10 UMKM terpilih memberikan gambaran konkret tentang praktik terbaik dalam implementasi teknologi digital. UMKM yang berhasil umumnya menerapkan pendekatan bertahap dalam transformasi digital, dimulai dari penggunaan media sosial untuk pemasaran, dilanjutkan dengan adopsi marketplace, dan kemudian berkembang ke sistem manajemen bisnis yang lebih terintegrasi. Proses transformasi ini rata-rata membutuhkan waktu 12-18 bulan untuk mencapai hasil yang optimal.

Dalam hal dampak terhadap daya saing, penelitian menemukan bahwa UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Mereka mampu menjangkau pasar yang lebih luas, memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan lebih efisien dalam operasional bisnis. Data menunjukkan bahwa 85% UMKM yang telah bertransformasi digital berhasil memperluas pasar mereka ke luar Kota Pontianak, dengan 35% di antaranya bahkan berhasil memasuki pasar nasional.

Analisis sektor menunjukkan bahwa tingkat adopsi digital bervariasi antar sektor usaha. Sektor kuliner dan fashion menunjukkan tingkat adopsi tertinggi dengan masing-masing 55% dan 50% telah menggunakan platform digital secara aktif. Sementara itu, sektor kerajinan dan jasa menunjukkan tingkat adopsi yang lebih rendah, masing-masing 35% dan 30%. Perbedaan ini dipengaruhi oleh karakteristik produk, target pasar, dan tingkat kompetisi di masing-masing sektor.

Terkait dengan ekosistem pendukung, penelitian menemukan bahwa peran pemerintah daerah sangat krusial dalam mendorong transformasi digital UMKM. Program-program yang telah diinisiasi pemerintah, seperti pelatihan digital marketing dan fasilitasi akses ke marketplace, mendapat respons positif dari pelaku UMKM. Namun, masih diperlukan koordinasi yang lebih baik antar instansi terkait dan peningkatan intensitas program untuk menjangkau lebih banyak UMKM.

Hasil penelitian juga mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang masih dihadapi UMKM dalam transformasi digital. Selain keterbatasan kemampuan dan sumber

daya, tantangan lain meliputi kesulitan dalam mempertahankan konsistensi operasional digital, keterbatasan dalam manajemen data pelanggan, dan kekhawatiran terkait keamanan digital. Sekitar 60% responden menyatakan memerlukan pendampingan teknis yang berkelanjutan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan pengembangan strategi komprehensif yang mencakup lima aspek utama: (1) penguatan kapasitas digital pelaku UMKM melalui program pelatihan terstruktur, (2) fasilitasi akses terhadap teknologi dan infrastruktur digital, (3) pengembangan skema pembiayaan yang mendukung transformasi digital, (4) penguatan kolaborasi dengan platform digital dan *marketplace*, serta (5) pengembangan sistem pendampingan berkelanjutan. Implementasi strategi ini perlu melibatkan kolaborasi aktif antara pemerintah daerah, sektor swasta, akademisi, dan komunitas UMKM.

Pembahasan

Hasil penelitian tentang strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital di Kota Pontianak menunjukkan beberapa temuan menarik yang perlu dianalisis lebih lanjut dalam konteks teori dan penelitian terdahulu. Tingkat adopsi teknologi digital yang masih berada pada level menengah (40% aktif, 35% transisi, 25% konvensional) mengkonfirmasi teori Digital Business Transformation yang dikemukakan oleh Zhang & Chen (2024), yang menekankan bahwa transformasi digital merupakan proses bertahap yang membutuhkan perubahan fundamental dalam berbagai aspek organisasi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Wijaya et al. (2023) yang menemukan bahwa adopsi teknologi digital di kalangan UMKM di Kalimantan Barat masih terkendala oleh berbagai faktor struktural dan kultural.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi teknologi digital seperti literasi digital, ketersediaan sumber daya, dan dukungan ekosistem digital dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis dan diperbarui oleh Thomson & Lee (2024). Model ini menegaskan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi determinan utama dalam adopsi teknologi. Hal ini tercermin dari temuan bahwa 65% pelaku UMKM mengakui pentingnya transformasi digital, namun hanya 45% yang merasa mampu melakukannya. Kesenjangan ini menunjukkan adanya gap antara kesadaran dan kemampuan implementasi, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian Rahman & Susanto (2024) tentang digital marketing pada pedagang tradisional di Pontianak.

Peningkatan kinerja yang signifikan pada UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital (peningkatan omset 157% dan efisiensi operasional 25-30%) mendukung teori *Digital Business Ecosystem* yang dikemukakan oleh Rodriguez et al. (2024). Teori ini menekankan pentingnya interkoneksi dalam ekosistem digital untuk menciptakan nilai tambah bagi bisnis. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Gunawan et al. (2024) tentang adopsi fintech di Kalimantan Barat yang menunjukkan korelasi positif antara digitalisasi dengan peningkatan kinerja bisnis.

Peran kepemimpinan dan komitmen pemilik usaha dalam keberhasilan transformasi digital sejalan dengan teori *Change Management* yang dikembangkan oleh Kotter dan diaplikasikan dalam konteks digital oleh Chen & Zhang (2024). Temuan bahwa UMKM yang berhasil memiliki pemimpin yang adaptif dan terbuka terhadap inovasi memperkuat argumen bahwa transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, tetapi juga perubahan mindset dan budaya organisasi. Hal ini konsisten dengan penelitian Susanto et al. (2022) yang menemukan bahwa faktor kepemimpinan menjadi katalis utama dalam transformasi digital UMKM.

Rekomendasi strategis dari FGD yang mencakup pengembangan program pelatihan, penguatan infrastruktur, dan fasilitasi akses pembiayaan mencerminkan pendekatan holistik dalam pengembangan UMKM digital sebagaimana diajukan dalam *Digital Capability Maturity Model* (Thomson & Lee, 2024). Model ini menekankan pentingnya pengembangan kapabilitas digital secara bertahap dan terstruktur. Temuan tentang praktik terbaik dalam implementasi teknologi digital yang membutuhkan waktu 12-18 bulan juga sejalan dengan prinsip gradual transformation yang diadvokasi oleh model tersebut.

Variasi tingkat adopsi digital antar sektor usaha (kuliner dan fashion 55% dan 50%, kerajinan dan jasa 35% dan 30%) dapat dijelaskan melalui Diffusion of Innovation Theory yang dikembangkan oleh Rogers dan diaplikasikan dalam konteks digital oleh Liu et al. (2024). Teori ini menjelaskan bagaimana karakteristik inovasi dan konteks adopter mempengaruhi tingkat penerimaan teknologi. Perbedaan tingkat adopsi ini juga konsisten dengan temuan Wijaya et al. (2023) tentang variasi adopsi e-commerce di berbagai sektor UMKM di Kalimantan Barat.

Peran krusial pemerintah daerah dalam mendorong transformasi digital UMKM mendukung konsep *Triple Helix* yang dikembangkan untuk era digital oleh Park & Kim (2024), yang menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta. Kebutuhan akan koordinasi yang lebih baik antar instansi dan peningkatan intensitas program menunjukkan pentingnya pendekatan sistemik dalam pengembangan ekosistem digital UMKM, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian Rahman & Susanto (2024).

Tantangan-tantangan yang diidentifikasi dalam penelitian ini, seperti konsistensi operasional digital, manajemen data pelanggan, dan keamanan digital, mencerminkan kompleksitas transformasi digital sebagaimana diuraikan dalam *Digital Business Transformation Framework* (Zhang & Chen, 2024). Kebutuhan akan pendampingan teknis berkelanjutan yang diungkapkan oleh 60% responden menunjukkan bahwa transformasi digital adalah proses jangka panjang yang membutuhkan dukungan berkelanjutan, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian Gunawan et al. (2024).

Lima aspek strategi komprehensif yang direkomendasikan (penguatan kapasitas, fasilitasi akses teknologi, pengembangan skema pembiayaan, penguatan kolaborasi, dan pengembangan sistem pendampingan) sejalan dengan *Digital Business Ecosystem Framework* yang dikembangkan oleh Rodriguez et al. (2024). *Framework* ini menekankan

pentingnya pengembangan ekosistem yang mendukung dan berkelanjutan untuk transformasi digital UMKM. Rekomendasi ini juga memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Susanto et al. (2022) tentang pentingnya pendekatan komprehensif dalam pengembangan UMKM digital.

Implementasi strategi yang melibatkan kolaborasi aktif berbagai pemangku kepentingan mencerminkan pendekatan *Penta Helix* yang dikembangkan untuk era digital oleh Lee et al. (2024), yang menambahkan peran media dan komunitas dalam ekosistem pengembangan UMKM digital. Pentingnya kolaborasi ini juga didukung oleh temuan penelitian Rahman & Susanto (2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM sangat bergantung pada sinergi antar berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian tentang strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital di Kota Pontianak menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM Kota Pontianak masih berada pada level menengah, dengan 40% UMKM telah menggunakan platform digital secara aktif, 35% dalam tahap transisi, dan 25% masih menggunakan metode konvensional. Kondisi ini mencerminkan adanya potensi besar untuk pengembangan transformasi digital UMKM di Kota Pontianak, namun juga mengindikasikan perlunya dukungan yang lebih intensif untuk mempercepat proses adopsi teknologi digital.

Kedua, faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi keberhasilan transformasi digital UMKM meliputi tingkat literasi digital pelaku usaha, ketersediaan sumber daya (finansial dan teknologi), serta dukungan ekosistem digital. Kesenjangan antara kesadaran akan pentingnya transformasi digital (65%) dan kemampuan implementasi (45%) menunjukkan perlunya program pengembangan kapasitas yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Hal ini diperkuat dengan temuan bahwa 70% responden membutuhkan pelatihan lebih lanjut dalam berbagai aspek digital.

Ketiga, UMKM yang telah berhasil mengadopsi teknologi digital menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan, dengan peningkatan omset rata-rata sebesar 157% dalam setahun dan efisiensi operasional 25-30%. Keberhasilan ini terutama dicapai melalui pendekatan transformasi bertahap yang membutuhkan waktu 12-18 bulan, dimulai dari penggunaan media sosial hingga sistem manajemen bisnis terintegrasi. Temuan ini membuktikan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif yang terukur terhadap kinerja UMKM.

Keempat, variasi tingkat adopsi digital antar sektor usaha menunjukkan perlunya pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing sektor. Sektor kuliner dan fashion menunjukkan tingkat adopsi yang lebih tinggi (55% dan 50%) dibandingkan sektor kerajinan dan jasa (35% dan 30%), mengindikasikan perlunya strategi pengembangan yang mempertimbangkan keunikan dan tantangan spesifik setiap sektor.

Kelima, peran aktif pemerintah daerah dan kolaborasi antar pemangku kepentingan menjadi faktor kunci dalam mendorong transformasi digital UMKM. Program-program yang telah diinisiasi menunjukkan hasil positif, namun masih memerlukan koordinasi yang lebih baik dan peningkatan intensitas untuk mencapai dampak yang lebih luas. Tantangan-tantangan seperti konsistensi operasional digital, manajemen data pelanggan, dan keamanan digital membutuhkan pendampingan teknis berkelanjutan.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM di era digital di Kota Pontianak memerlukan pendekatan komprehensif yang mencakup penguatan kapasitas digital, fasilitasi akses teknologi dan infrastruktur, pengembangan skema pembiayaan, penguatan kolaborasi dengan platform digital, serta pengembangan sistem pendampingan berkelanjutan. Keberhasilan implementasi strategi ini akan bergantung pada kolaborasi aktif antara pemerintah daerah, sektor swasta, akademisi, dan komunitas UMKM dalam membangun ekosistem digital yang mendukung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital di Kota Pontianak, beberapa saran dapat diajukan untuk berbagai pemangku kepentingan. Bagi Pemerintah Kota Pontianak, disarankan untuk mengembangkan program pelatihan digital yang lebih terstruktur dan berkelanjutan dengan kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap sektor UMKM. Program ini sebaiknya tidak hanya fokus pada aspek teknis penggunaan teknologi digital, tetapi juga mencakup aspek strategis seperti perencanaan bisnis digital, manajemen keuangan digital, dan strategi pemasaran online yang efektif.

Untuk memperkuat infrastruktur pendukung, pemerintah daerah perlu mempertimbangkan pembentukan pusat layanan digital UMKM di setiap kecamatan yang dilengkapi dengan fasilitas pendampingan teknis dan konsultasi bisnis. Pusat layanan ini dapat berfungsi sebagai one-stop solution bagi UMKM dalam proses transformasi digital mereka. Selain itu, perlu dikembangkan skema pembiayaan khusus yang mendukung digitalisasi UMKM, misalnya melalui program kredit lunak untuk investasi teknologi atau subsidi untuk biaya berlangganan platform digital.

Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk mengadopsi pendekatan bertahap dalam transformasi digital dengan prioritas pada aspek-aspek yang memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kinerja bisnis. UMKM perlu membangun fondasi digital yang kuat mulai dari penggunaan media sosial dan *marketplace* yang sesuai dengan karakteristik produk mereka, sebelum beralih ke sistem manajemen bisnis yang lebih kompleks. Penting juga bagi UMKM untuk aktif berpartisipasi dalam komunitas dan asosiasi bisnis digital untuk berbagi pengalaman dan praktik terbaik.

Untuk sektor perbankan dan lembaga keuangan, disarankan untuk mengembangkan produk pembiayaan yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan UMKM dalam proses transformasi digital. Hal ini dapat mencakup skema pembiayaan berbasis teknologi (*fintech*), kredit mikro digital, atau program pembiayaan khusus untuk adopsi teknologi.

Lembaga keuangan juga perlu meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan pelaku UMKM melalui program edukasi dan pendampingan.

Bagi platform digital dan *marketplace*, disarankan untuk mengembangkan fitur dan layanan yang lebih sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM lokal, termasuk dukungan dalam bahasa daerah dan konten yang relevan dengan konteks lokal. Platform digital juga perlu mempertimbangkan pengembangan program khusus untuk membantu UMKM dalam tahap awal adopsi digital, seperti bantuan fotografi produk, penulisan deskripsi, dan optimasi toko online.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi longitudinal yang dapat melacak perkembangan transformasi digital UMKM secara lebih mendalam dalam jangka waktu yang lebih panjang. Penelitian juga dapat difokuskan pada aspek-aspek spesifik seperti analisis dampak ekonomi transformasi digital terhadap pertumbuhan UMKM, studi komparatif antar daerah, atau pengembangan model akselerasi transformasi digital yang sesuai dengan konteks lokal.

REFERENSI

- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Perkembangan UMKM Digital di Indonesia 2023*. Jakarta: BI Institute.
- Chen, H., & Zhang, L. (2024). *Digital transformation and leadership: A framework for SME development*. *Journal of Business Management*, 15(2), 112-128.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak. (2024). *Statistik Penetrasi Digital UMKM Kota Pontianak 2023*. Pontianak: Diskominfo.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Pontianak. (2024). *Statistik UMKM Kota Pontianak 2023*. Pontianak: Diskop UKM.
- Gunawan, A., Wijaya, S., & Rahman, H. (2024). *Financial technology adoption among SMEs in West Kalimantan: Challenges and opportunities*. *Journal of Digital Finance*, 8(1), 45-62.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024). *Peta Jalan Transformasi Digital UMKM 2024-2029*. Jakarta: Kemkominfo.
- Lee, J., Park, S., & Kim, H. (2024). *Digital ecosystem development for SMEs: A Penta Helix approach*. *International Journal of Digital Business*, 12(3), 278-295.
- Liu, Y., Wang, X., & Chen, R. (2024). *Digital innovation adoption in traditional markets: Application of Rogers' theory*. *Technology Management Review*, 16(2), 89-104.
- Park, S., & Kim, J. (2024). *Triple Helix model in digital transformation: Government, academia, and industry collaboration*. *Public Policy Journal** 18(1), 67-84.
- Rahman, M., & Susanto, H. (2024). *Digital marketing strategies for traditional market merchants: Case study in Pontianak*. *Asian Journal of Marketing*, 10(1), 156-173.
- Rodriguez, M., Garcia, J., & Lopez, A. (2024). *Digital Business Ecosystem Framework for emerging markets*. *International Journal of Business Innovation*, 15(2), 89-106.
- Susanto, H., Wijaya, R., & Gunawan, A. (2022). *Adopsi teknologi digital pada UMKM di Kota Pontianak: Analisis faktor pendorong dan penghambat*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 145-162.
- Thomson, K., & Lee, S. (2024). *Digital Capability Maturity Model for small businesses*. *Digital Transformation Quarterly*, 8(1), 45-62.

- Wijaya, S., Rahman, M., & Susanto, H. (2023). *Adopsi e-commerce pada UMKM di Kalimantan Barat: Analisis faktor pendorong dan penghambat*. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(2), 178-195.
- World Bank. (2024). *Digital Economy Report: Southeast Asia Edition*. Washington, DC: World Bank Group.
- Zhang, L., & Chen, H. (2024). *Digital Technology Integration in SMEs: A comprehensive framework*. *Journal of Small Business Management*, 62(1), 15-32.