

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

**PEMBERDAYAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM
PENGEMBANGAN DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK BERDASARKAN
PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 7 TAHUN 2021 OLEH PEMERINTAH
DAERAH KOTA TASIKMALAYA**

Sandha Bustan Arifin¹

Lukman Munawar Fauzi²

Dahly Sukmapryandhika³

1,2,3) Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan Fisip Unjani

sandhabustan@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Pada saat krisis ekonomi yang terjadi tahun 1997, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Peranan UMKM, terutama sejak krisis ekonomi dapat dipandang sebagai katup pengaman dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi nasional maupun penyerapan tenaga kerja. Ali (2008) menyatakan bahwa UMKM merupakan benteng pertahanan ekonomi nasional sehingga bila sektor tersebut diabaikan sama artinya tidak menjaga benteng pertahanan Indonesia.

Penelitian dalam tesis ini berjudul “Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Digitalisasi Pemasaran Produk Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 oleh Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya” diangkat karena Rendahnya kemampuan sumber daya manusia, terbatasnya penguasaan dan pemilikan aset produksi terutama permodalan, konsentrasi pekerjaan sumber daya yang bergerak pada usaha yang turun temurun, dan rendahnya penguasaan teknologi sehingga memerlukan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori mengenai pemberdayaan yang dikemukakan Jifatturohman (Puspitasari, 2020) dengan indikator yang meliputi pelatihan, pendampingan, dan dukungan pemerintah. Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data diantaranya wawancara, observasi, dan

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

dokumentasi, dengan informan utama ialah Kepala Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya, serta Pengusaha UMKM di Kota Tasikmalaya.

Metode penelitian ini metode yang digunakan ialah metode kualitatif. Pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penyusunan laporan penelitian ini adalah menggunakan wawancara, observasi lapangan dengan pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, peneliti dapat menjelaskan kenyataan dari kejadian yang diteliti atau yaitu tanpa membuat perbandingan. Berupa menggambarkan kejadian atau fenomena sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan, di mana data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Selain itu peneliti bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam dengan analisis deskriptif, asumsi, dan teori.

Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa pihak Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Tasikmalaya telah melakukan pembinaan kepada pelaku UMKM dalam bentuk memberikan pelatihan-pelatihan dan menyampaikan kepada pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan tersebut UMKM dapat menambah wawasan mengenai infomrasi era *society 5.0*. Pendampingan yang dilakukan bahwa dengan Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi UMKM dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat. Bentuk dukungan pemerintah dalam mamfasilitasi UMKM untuk mnecapai tujuan pengembangan usaha menuju *Era Society 5.0* yang dimiliki oleh UMKM jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan dukungan dalam penyiapan UMKM agar dapat dibiayai dengan skim dimaksud, menetapkan kebijakan dan prioritas usaha yang akan menerima kredit, melakukan pembinaan dan pendampingan selama masa kredit, dan memfasilitasi hubungan antara UMKM dengan pihak lain.

Kata Kunci: *Pemberdayaan, Digitalisasi, UMKM.*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in national economic development. During the economic crisis that occurred in 1997, where many large-scale businesses experienced stagnation or even stopped their activities, the MSME sector proved to be more resilient in dealing with the crisis. The role of MSMEs, especially since the

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

economic crisis, can be seen as a safety valve in the national economic recovery process, both in driving the rate of national economic growth and absorbing labor. Ali (2008) stated that MSMEs are a stronghold of the national economy so that if this sector is ignored it means not guarding Indonesia's defense fortress.

The research in this thesis entitled "Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises in Digitalization of Product Marketing Based on Government Regulation Number 7 of 2021 by the Regional Government of Tasikmalaya City" was raised because of the low ability of human resources, limited control and ownership of production assets, especially capital, concentration of work resources engaged in hereditary businesses, and low mastery of technology so that it requires. The theory used in this study is the theory of empowerment put forward by Jifatturohman (Puspitasari, 2020) with indicators including training, mentoring, and government support. The research method used is a qualitative approach with data collection methods including interviews, observations, and documentation, with the main informants being the Head of the Cooperatives, UMKM, Industry and Trade Service of Tasikmalaya City, and UMKM Entrepreneurs in Tasikmalaya City.

This research method is a qualitative method. Data collection that will be carried out in the preparation of this research report is using interviews, field observations with a descriptive approach. By using a descriptive approach, researchers can explain the reality of the events being studied or without making comparisons. In the form of describing events or phenomena according to what happens in the field, where the data produced is in the form of written or spoken words from people and observable behavior. In addition, researchers intend to understand the social situation in depth with descriptive analysis, assumptions, and theories. Based on the results of this study, it was found that the Department of Trade, Cooperatives, Small and Medium Enterprises, and Industry of Tasikmalaya City has provided guidance to MSME actors in the form of providing training and conveying to MSME actors to take part in the training. MSMEs can increase their insight into information on the era of society 5.0. The assistance provided is that by utilizing information technology in running a business or often known as e-commerce for MSMEs, it can provide flexibility in production, enable faster delivery to customers for software products, send and receive offers quickly and efficiently. The form of government support in facilitating MSMEs to achieve business development goals towards the Era of Society 5.0 owned by MSMEs if MSMEs have weaknesses in the field of production, the task of the facilitator is to provide support in preparing MSMEs so that they can be financed with the intended scheme, determine policies and priorities for businesses that will receive

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

credit, provide coaching and assistance during the credit period, and facilitate relations between MSMEs and other parties.

Keywords: Empowerment, Digitalization, MSMEs.

PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Pada saat krisis ekonomi yang terjadi tahun 1997, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Peranan UMKM, terutama sejak krisis ekonomi dapat dipandang sebagai katup pengaman dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi nasional maupun penyerapan tenaga kerja. Ali (2008) menyatakan bahwa UMKM merupakan benteng pertahanan ekonomi nasional sehingga bila sektor tersebut diabaikan sama artinya tidak menjaga benteng pertahanan Indonesia.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dinyatakan bahwa:

- 1) Kriteria Usaha Mikro
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

-
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
 - 3) Kriteria Usaha Menengah
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)

Penyelenggaraan pemerintah dalam pembangunan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan memberdayakan masyarakat untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Pembangunan ekonomi dilakukan dengan pemberdayaan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) karena UMKM merupakan salah satu penggerak bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang memiliki kontribusi dalam menciptakan tenaga kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat. Kehadiran UMKM tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan, tetapi juga dalam rangka pemerataan pendapatan bagi masyarakat. Hal ini dikarenakan sektor UMKM dapat melibatkan banyak orang dengan beragam usaha.

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi kunci pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Perekonomian yang berbasis usaha mikro, kecil dan menengah memiliki banyak kelebihan, mampu mendorong masyarakat bekerja keras, disiplin tinggi dan meningkatkan daya kreativitas dan inovasi bagi masyarakat yang ingin memiliki penghasilan yang lebih tinggi. Dalam upaya membangun ekonomi nasional melalui sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) atapun usaha kecil, maka pemerintah patut memberikan perhatian yang besar dan mendapatkan prioritas untuk pembinaan dan pengembangan dalam rangka memperkuat struktur ekonomi nasional.

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di daerah untuk mengurangi angka pengangguran. Pemerintah daerah harus memberikan perhatian bagi tumbuh dan kembangnya lapangan usaha. Pemerintah daerah harus memberikan kontribusi yang nyata bagi UMKM dalam mempertahankan produk yang ada pada saat banyak serbuan produk impor yang masuk dipasaran dalam negeri. UMKM yang banyak tumbuh di berbagai daerah harus dikembangkan oleh pemerintah daerah, karena menjadi salah satu kunci bagi peningkatan ekonomi daerah.

METODE PENELITIAN

penelitian ini metode yang digunakan ialah metode kualitatif. Pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penyusunan laporan penelitian ini adalah menggunakan wawancara, observasi lapangan dengan pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, peneliti dapat menjelaskan kenyataan dari kejadian yang diteliti atau yaitu tanpa membuat perbandingan. Berupa menggambarkan kejadian atau fenomena sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan, di mana data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisian dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Selain itu peneliti bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam dengan analisis deskriptif, asumsi, dan teori.

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksikan situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

KERANGKA PEMIKIRAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di daerah untuk mengurangi angka pengangguran. Pemerintah daerah harus memberikan perhatian bagi tumbuh dan kembangnya lapangan usaha. Pemerintah daerah harus memberikan kontribusi yang nyata bagi UMKM dalam mempertahankan produk yang ada pada saat banyak serbuan produk impor yang masuk dipasaran dalam negeri. UMKM yang banyak tumbuh di berbagai daerah harus dikembangkan oleh pemerintah daerah, karena menjadi salah satu kunci bagi peningkatan ekonomi daerah.

Penggunaan internet merupakan hal yang mendasari dalam perkembangan tren ekonomi yang terjadi. Pertumbuhan internet telah membuka konektivitas untuk usaha mikro, kecil dan

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

menengah yang memainkan peran vital dalam perekonomian (Martawardaya, 2016). Perkembangan teknologi yang terjadi dapat membuka kesempatan pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM. Perkembangan usaha di era *digital* yang berpusat pada pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan memiliki pengaruh terhadap dunia usaha.

Berubahnya kebiasaan berbelanja masyarakat saat ini yang lebih memilih berbelanja secara *online* karena dianggap lebih mudah dan murah dibanding dengan pembeli barang secara langsung. Dan karena kualitas produk UMKM yang memburuk banyak masyarakat beralih ke produk luar dengan harga dan kualitas yang dianggap lebih baik. Namun di Kota Tasikmalaya sendiri setelah dilonggarkannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dalam upaya penanganan Pandemi Covid-19, banyak pengusaha UMKM yang beralih kembali berjualan secara konvensional meskipun masih mencoba dalam berjualan secara *online*.

Berbagai permasalahan dalam pemberdayaan UMKM adalah rendahnya kemampuan sumber daya manusia, terbatasnya penguasaan dan pemilikan aset produksi terutama permodalan, konsentrasi pekerjaan sumber daya yang bergerak pada usaha yang turun temurun, dan rendahnya penguasaan teknologi proses produksi dan informasi pemasaran. Hambatan dan kendala yang dihadapi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai aspek yang mana satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi serta tidak adanya bentuk formal dari perusahaan, lemahnya organisasi dan terbatasnya pemasaran.

Berdasar pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah khusus di infrastruktur publik dapat terjadi kolaborasi kemitraan antar pelaku usaha mikro, kecil dengan usaha menengah dan usaha besar, serta ada pendampingan bagi usaha mikro dan kecil yang dilakukan usaha menengah dan besar maupun pemangku kepentingan sehingga dapat mengangkat skala usaha mikro dan kecil. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 juga mengamanatkan perusahaan BUMN untuk memberikan ruang promosi yang lebih besar kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah agar dapat mewujudkan *economy recovery*.

PEMBAHASAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pengembangan Digitalisasi Pemasaran Produk Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Oleh Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya.

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Beberapa tahun terakhir ini gaya hidup yang serba digital menjadi tuntutan tersendiri ditengah arus modernisasi dalam berbagai bidang. Sehingga diperkirakan telah pandemi ini berlalu, gaya hidup digital masih akan tetap berlangsung. Sehingga transformasi UMKM menjadi digital UMKM merupakan suatu yang tidak bisa dihindari oleh masyarakat. Hal ini juga dipengaruhi oleh perubahan dan perkembangan teknologi di seluruh dunia utamanya negara maju.

Potensi Indonesia sebagai raksasa *e-commerce* dan teknologi **digital** dimasa yang akan datang tetaplah sangat besar. Hal ini disebabkan penduduk Indonesia, mayoritas merupakan generasi milenial dan gen Z, generasi yang melek teknologi dan pengguna aktif media sosial. Menurut Emarketer, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pada 2018, mencapai 100 juta orang. Jumlah sangat besar dan membuat pasar UMKM digital tetap menjanjikan dimasa yang akan datang.

Era industri 4.0 akan digantikan dengan era society 5.0. Perubahan ini perlu disikapi Indonesia dengan lebih bijak dan tenang. Bukan berarti santai-santai, dalam hal ini perlu menyeimbangi perubahan di era society 5.0 ini dengan mempersiapkan segala aspek yang bersinggungan dengan society 5.0, seperti lingkungan, teknologi, dan manusianya. Society 4.0 adalah masyarakat informasi yang menyadari peningkatan nilai tambah dengan menghubungkan aset tidak berwujud sebagai jaringan informasi, dimulai dari pertengahan abad ke-20. Akhirnya society 5.0 yang dimulai di Jepang sejak tahun 2019, dimana bertujuan membuat masyarakat informasi yang dibangun sejak society 4.0, menjadi masyarakat yang lebih makmur.

Tidak dapat dipungkiri, transformasi ini akan membantu manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna. Dalam Society 5.0, juga ditekankan perlunya keseimbangan pencapaian ekonomi dengan penyelesaian problem sosial. Sistem yang terhubung di dunia maya merupakan hasil optimal yang telah diperoleh dari adanya *Artificial Intelligence* dengan penggabungan teknologi Big Data yang bisa menjadi nilai *feedback* dalam bidang industri maupun society dari yang tidak mungkin menjadi mungkin.

Kelebihan society 5.0 dibandingkan era sebelumnya adalah, adanya nilai baru yang menghilangkan kesenjangan dari segi regional, bahasa, agama, usia, dan jenis kelamin. Nilai baru ini tercipta dari inovasi-inovasi baru yang terwujud dalam bentuk produk dan pelayanan. Oleh karena itu, teknologi memegang peranan penting dalam era society 5.0 ini.

Dalam hal ini teknologi akan hidup berdampingan dengan masyarakat dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di era ini. Pada era society 5.0 akan berkembang teknologi big data, *Internet of Things*, kecerdasan buatan, drone, robotika, dan *augmentic reality*.

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Di Indonesia sendiri, era industri 4.0 belum selesai, dan juga adanya pandemi yang datang secara cepat dan tiba-tiba. Hal ini tidak seharusnya menjadi hambatan bagi kita mencapai kemajuan seperti halnya negara-negara. Bahkan sebenarnya perubahan ini akan membuat masyarakat lebih siap menghadapi tantangan zaman dan musibah yang mungkin datang secara tiba-tiba.

Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang juga cukup penting di era society 5.0. Pada saat ini UMKM yang telah bertransformasi ke arah digital terhitung masih sedikit yaitu sekitar 16 persen dari seluruh UMKM yang ada di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tingkat kesiapan masyarakat terhadap penggunaan teknologi yang tergolong masih rendah dan konektifitas internet yang belum tersedia di semua tempat.

Kota Tasikmalaya sebagai salah satu Kota strategis di Jawa Barat memiliki dan memiliki potensi industri ekonomi kreatif yang berkembang pesat seiring dengan adanya kebijakan-kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Bahkan dalam perjalannya, konsep industri kreatif yang digagas akan menjadi contoh daerah sekitarnya dalam pembangunan ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, perlu persiapan yang dilkaukan masyarakat untuk mewujudkan UMKM yang sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga dibutuhkan kerjasama dari pemerintah, pelaku usaha UMKM dan masyarakat umum sebagai konsumen. Dalam hal ini perlu adanya sosialisasi dan pelatihan terhadap pelaku UMKM yang belum memahami mengenai digitalisasi UMKM selain pemenuhan infrastruktur teknologi yang belum tersedia.

Pelatihan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang dan penggerak roda perekonomian. Hal ini dilihat dari kegiatan usaha kecil yang signifikan baik dari sektor tradisional maupun modern. UMKM menjadi kuat karena keberadaannya tersebar di seluruh penjuru negeri serta UMKM memiliki beberapa keunggulan di beberapa faktor yakni kemampuan fokus yang spesifik, fleksibilitas nasional, biaya rendah, dan kecepatan inovasi. Usaha Menengah Kecil Menengah (UMKM) sebagai salah satu penyumbang tenaga kerja dan kontributor dan tiang utama pertumbuhan ekonomi dalam pembangunan suatu negara.

Kegiatan pelatihan sendiri mengacu pada sasaran dan arah kebijakan pemberdayaan UMKM sebagaimana uraian di atas, maka diperlukan strategi pada tatanan makro, dan mikro melalui implementasi program-program pemberdayaan UMKM untuk:

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

-
- 1) Penciptaan iklim usaha UMKM. Tujuan program ini adalah untuk memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan, dan nondiskriminatif bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja usaha kecil menengah.
 - 2) Pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM. Program ini bertujuan untuk mempermudah, memperlancar, dan memperluas akses UKM kepada sumberdaya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumberdaya lokal serta menyesuaikan skala usahanya sesuai dengan tuntutan efisiensi.
 - 3) Penegembagan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Program ini ditujukan untuk mengembangkan jiwa dan semanga kewirausahaan dan meningkatkan daya saing UKM, sehingga pengetahuan serta sikap wirausaha semakin berkembang dan produktivitas meningkat;
 - 4) Pemberdayaan Usaha Skala Kecil. Program ini ditujukan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan yang tetap, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri.
 - 5) Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi agar koperasi mampu tumbuh dan berkembang secara sehat.

Dengan hadirnya era *society 5.0* akan memberikan tantangan dan sekaligus peluang bagi UMKM di Kota Tasikmalaya, dan menyerap tenaga kerja. Pandangan selama ini mengenai keberadaan UMKM merupakan usaha kecil yang tidak diragukan mampu bertahan dari krisis ekonomi dan berkontribusi kepada pembangunan nasional ketika pemerintah pun turut hadir dalam hal-hal yang mendukung berkembangnya UMKM.

Transformasi digital yang mengalami perkembangan yang sangat cepat telah mengubah kebiasaan masyarakat dan industri. Salah satu dampak transformasi digital adalah menyebabkan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi sangat pesat. Sehingga bisa dinikmati semua orang dengan mudah. Dalam hal ini, *big data* dan *Internet of Things* (IoT) harus menjangkau setiap aspek kehidupan masyarakat, yang akan berubah menjadi kecerdasan buatan. Sehingga untuk memperkuat peran masyarakat dalam menyukseskan transformasi digital tersebut, masyarakat harus mampu memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat menjadi peluang bisnis. Sehingga untuk merealisasikan hal tersebut dibutuhkan peran seluruh pihak baik dari

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

pemerintahan maupun non pemerintahan, agar mampu menjawab tantangan bangsa dengan memberdayakan seluruh lapisan masyarakat.

Pemerintah dalam hal ini Dinas Koperasi UMKM Kota Tasikmalaya telah menjalankan peran sebagai fasilitator dengan menyenggarakan pelatihan-pelatihan. Bahwa pihak dinas telah melakukan pembinaan kepada pelaku UMKM dalam bentuk memberikan pelatihan-pelatihan dan menyampaikan kepada pelaku UMKM yang ada dikota Tasikmalaya untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh dinas sehingga dengan mengikuti pelatihan tersebut UMKM dapat menambah wawasan.

Pelaku UMKM yang masuk sebagai peserta, diundang dan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas serta dokumentasi yang dilakukan serta dikuatkan dengan pandangan (Ndraha, 2001, 2013) bahwa pemerintah mempunyai peran sebagai regulator dari berbagai program maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemerintah telah berperan dengan baik dalam melakukan pembinaan kepada pelaku UMKM dalam bentuk pelatihan-pelatihan yang telah di selenggarakan. Pelatihan yang diselenggarakan membantu para pelaku UMKM mengaplikasikan teknologi dengan memasarkan produk UMKM nya secara online melalui media sosial agar mampu bersaing dalam menghadapi revolusi industri 5.0.

Pendampingan

Society 5.0 merupakan visi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya di masa yang akan datang. Kesejahteraan tersebut diraih dengan memanfaatkan teknologi sehingga bisa menyeimbangkan antara kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial yang berpusat pada manusia dan mempermudah semua lini kehidupan masyarakat. *E-commerce* sendiri sudah ada sebelum society 5.0 yang bertujuan juga untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi bisnis. Jadi bisa dikatakan bahwa *e-commerce* dan society 5.0 memiliki tujuan dan hubungan yang sama. Tapi hal tersebut harus dibahas berdasarkan kerangka, dimensi dan teknologinya.

Dalam society 5.0 digambarkan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan manusia sangat bergantung kepada teknologi. Teknologi sudah menjadi kebutuhan dasar dalam sendi-sendi kehidupan manusia, semua terintegrasi dengan smartphone. Dalam transaksi bisnis masyarakat juga sudah tergantung dengan teknologi sehingga tidak mau lagi melakukan transaksi bisnis secara tradisional. Dengan hal demikian maka *e-commerce* akan menjadi primadona dalam transaksi bisnis, sehingga prospeknya semakin cerah. Ini juga merupakan salah satu pendongkrak

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

munculnya perusahaan-perusahaan *start-up* baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas.

Dalam menghadapi mekanisme pasar di era *society 5.0* yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing UMKM. Agar dapat menguasai pasar, maka UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi. Informasi tentang pasar produksi sangat diperlukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM. Informasi pasar produksi atau pasar komoditas yang diperlukan misalnya (1) jenis barang atau produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen di daerah tertentu, (2) bagaimana daya beli masyarakat terhadap produk tersebut, (3) berapa harga pasar yang berlaku, (4) selera konsumen pada pasar lokal, regional, maupun internasional. Dengan demikian, UMKM dapat mengantisipasi berbagai kondisi pasar sehingga dalam menjalankan usahanya akan lebih inovatif. Sedangkan informasi pasar faktor produksi juga diperlukan terutama untuk mengetahui : (1) sumber bahan baku yang dibutuhkan, (2) harga bahan baku yang ingin dibeli, (3) di mana dan bagaimana memperoleh modal usaha, (4) di mana mendapatkan tenaga kerja yang profesional, (5) tingkat upah atau gaji yang layak untuk pekerja, (6) di mana dapat memperoleh alat-alat atau mesin yang diperlukan.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas.

Dengan begitu, pelaku UMKM dapat dibekali bahwa dalam kegiatan produksi, umumnya mempunyai prosedur standar dalam operasionalnya, mulai dari penyediaan bahan mentah sampai menghasilkan suatu produk hingga sampai ke konsumen. Pada era industri 5.0 semua prosedur tersebut sudah menggunakan otomatisasi cerdas. *E-commerce* lahir sebelum industri 5.0, dimana *e-commerce* sendiri merupakan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik menggunakan internet. Transaksi bisnis merupakan bagian kegiatan yang dilakukan di dunia industri. Jadi bisa dikatakan secara umum bahwa *e-commerce* berhubungan dan berkesinambungan dengan industri 5.0. Untuk itu perlu dibahas bentuk hubungan dan keselarasannya dalam hal kerangka, dimensi dan teknologinya.

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Dalam teknologi *e-commerce* terdapat *ubiquity* dan *global reach* bisa diartikan dimana-mana dan menjangkau lintas batas negara, maknanya bahwa *e-commerce* bisa diakses dimana-mana dengan menggunakan internet, pada industri 5.0 hal tersebut menjadi sangat penting seperti pengontrolan produksi bisa dikontrol melalui smartphone dan diakses dimana saja, sehingga ubiquity dan global reach pada *e-commerce* menyesuaikan teknologinya. Kemudian universal standards dapat diartikan bahwa ada satu set standar teknologi yaitu internet, industri 5.0 juga menggunakan internet. Selanjutnya richness dapat diartikan bahwa teknologi ini kaya akan konten seperti video, audio dan teks, industri 5.0 dalam memasarkan produk menggunakan konten yang sama dengan *e-commerce*.

Berikutnya *interactivity* bisa diartikan bahwa teknologi ini bekerja melalui interaksi dengan pengguna, industri 5.0 sudah mengimplementasikan hal ini dalam horizontal and *vertical system integration, simulation dan robots*, *e-commerce* tinggal mengakuisisi teknologi tersebut kedalam *interactivity*. Kemudian information density diartikan bahwa teknologi ini mengurangi biaya informasi dan meningkatkan kualitas informasi itu sendiri, di industri 5.0 terkait dengan informasi menggunakan teknologi big data and cloud dimana pemrosesan, penyimpanan informasi dan biaya komunikasi menjadi turun sehingga informasi menjadi berlimpah, murah dan akurat, oleh sebab itu *e-commerce* bisa menyesuaikan teknologinya. Berikutnya *personalization/ customization* dapat diartikan bahwa memungkinkan informasi yang disampaikan kepada pelanggan bisa disesuaikan dengan kebutuhan mereka, dalam industri 5.0 ketika menciptakan produk hal ini juga dilakukan, sehingga bisa sinkron dengan *e-commerce*. Dan yang terakhir *social technology* bisa diartikan bahwa memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi konten dengan komunitas di seluruh dunia melalui jejaring sosial, ini juga merupakan salah satu strategi teknologi yang diterapkan pada industri 5.0, sehingga akan memudahkan perkembangan *e-commerce*.

Maka dari itu, Pemasaran produk dapat dilakukan di berbagai media sosial yang banyak diminati oleh para calon pembeli. Jika dulu promosi melalui media tradisional (Situasi, 2020). Media sosial tersebut diantaranya Instagram, Whatsapp, Faceboook Group, Twitter, dan Marketplace. Selain media sosial dan marketplace, pemasaran bisa dilakukan melalui Google Maps. Dengan adanya sosial media tersebut pelaku usaha memanfaatkan sosial media dengan mengunggah gambar maupun video yang berisi konten tentang produk yang akan dijual. Marketplace yang menjadi pilihan pelaku UMKM diantaranya bukalapak, shopee, tokopedia, akulaku, lazada dan sebagainya.

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Media *WhatsApp for Business* (selanjutnya disebut whatsapp bisnis) juga memberikan keunggulan daripada whatsapp biasa. Whatsapp bisnis dapat diberikan beberapa tambahan di profil penggunanya seperti nomor telepon, bisa membalas chat otomatis, menambahkan deskripsi bisnis, menambahkan foto galeri produk, ada kategori bisnis, ada centang hijau. Ada juga fitur lain dari whatsapp bisnis diantaranya ada fitur balas cepat, ada logo khusus whatsapp bisnis, bisa menggunakan link pendek, dan ada label chat. Jika pelaku UMKM menggunakan whatsapp bisnis makacalon pembeli akan lebih tertarik dan nilai perusahaan akan lebih prestise dibanding whatsapp biasa.

Hal positif yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan usaha adalah : (1) dapat mempertinggi promosi produk dan layanan melalui kontak langsung, kaya informasi, dan interaktif dengan pelanggan, (2) menciptakan satu saluran distribusi bagi produk yang ada, (3) biaya pengiriman informasi ke pelanggan lebih hemat jika dibandingkan dengan paket atau jasa pos, (4) waktu yang dibutuhkan untuk menerima atau mengirim informasi sangat singkat, hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik.

Langkah krusial selanjutnya ialah untuk memberdayakan masyarakat golongan ekonomi lemah atau sektor usaha kecil adalah dengan menyediakan sumber pembiayaan usaha yang terjangkau. Salah satu strategi pembiayaan bagi golongan ini adalah usaha kredit mikro. Lembaga keuangan mikro merupakan institusi yang menyediakan jasa-jasa keuangan penduduk yang berpendapatan rendah dan termasuk dalam kelompok miskin. Pemerintah pada dasarnya telah mengeluarkan banyak program atau skim yang telah disediakan untuk mmeberdayakan UMKM. Program ini hendaknya terus dioptimalisasi. Program-program tersebut antara lain:

- 1) Kredit Usaha Rakyat (KUR).
- 2) Kredit Ketahanan Pangan dan Energi (KKPE); merupakan kredit investasi atau modal kerja yang diberikan dalam rangka mendukung program ketahanan pangan, dan diberikan melalui kelompok atau koperasi.
- 3) Program Usaha Agribisnis Pertanian (PUAP); merupakan fasilitas bantuan modal usaha untuk petani anggota, baik petani pemilik, petani penggarap, buruh tani maupun rumah tangga tani yang dikoordinasikan oleh gabungan kelompok tani (Gapoktan).

Diharapkan juga pendampingan dalam pengembangan UMKM dalam menghadapi era *society 5.0* akan dilakukan oleh pihak swasta melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mereka miliki, antara lain melalui bapak angkat, plasma, pembinaan manajemen dan berbagai kegiatan untuk pemasaran produk UMKM. CSR diharapkan juga digulirkan oleh

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

industri perbankan Indonesia guna memberikan kemudahan dan akses kredit kepada para pelaku UMKM.

Dukungan Pemerintah

Tugas fasilitator adalah membantu mencari jalan keluar agar UMKM ammpu mendapat pendanaan yang dibutuhkan, tetapi harus dilakukan secara hati-hati agar posisi UMKM menjadi tergantung. Fungsi pemerintah sebagai regulator adalah membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sebagai regulator, pemerintah berfungsi untuk menjaga kondisi lingkungan usaha tetap kondusif untuk melakukan investasi yang dilakukan dengan mengatur Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) dan membuat kebijakan tentang aturan-aturan persaingan usaha. Fungsi terakhir dari pemerintah adalah sebagai katalisator yaitu mempercepat terjadinya pertumbuhan perkembangan dari UMKM.

Peran pemerintah Sebagai Fasilitator adalah memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha yang dimiliki oleh UMKM. Sebagai fasilitator, pemerintah memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha menuju *Era Society 5.0* yang dimiliki oleh UMKM jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan pelatihan. Demikian pula jika UMKM lemah dalam hal pendanaan, tugas fasilitator adalah membantu mencari jalan keluar agar UMKM mempu mendapat penadaan yang dibutuhkan, tetapi harus dilakukan secara hati-hati agar posisi UMKM menjadi tergantung.

Adanya Regulasi baik berupa undang-undang dan peraturan pemerintah yang berkaitan dengan UMKM dari sisi produksi dan sisi perbankan, akan memacu peranan UMKM dalam perekonomian. Sebagaimana fungsi utama dari regulasi adalah untuk melindungi dan memberikan manfaat masyarakat atau kelompok tertentu. Manfaat dari regulasi tersebut dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dari sisi pemerintah sebagai pembuat regulasi dan dari sisi pengusaha sebagai obyek perizinan. Bagi pemerintah, perizinan diperlukan untuk menjaga ketertiban umum dan memberikan perlindungan kepada masyarakat secara luas. Bagi pengusaha, perizinan seharusnya memberi manfaat sosial dan ekonomi. Sehingga paling tidak, ada dua tujuan; yaitu untuk tujuan administratif dan pengaturan; serta tujuan yang berkaitan dengan pembinaan.

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pihak Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Tasikmalaya telah melakukan pembinaan kepada pelaku UMKM dalam bentuk memberikan pelatihan-pelatihan dan menyampaikan kepada pelaku UMKM yang ada dikota Tasikmalaya untuk mengikuti pelatihan tersebut UMKM dapat menambah wawasan mengenai infomrasi era *society 5.0*. Pelaku UMKM yang masuk sebagai peserta, diundang dan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kota Tasikmalaya. Apabila UMKM memiliki kelemahan dibidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan kemampuan kepada pelaku usaha dengan cara, seperti yang telah dilakukan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perindustrian Kota Tasikmalaya yaitu memberikan pelatihan-pelatihan dua kali dalam setahun dan di bagi menjadi dua angkatan, dan apabila UMKM lemah dalam hal pendanaan.
- 2) Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Media yang bisa dilakukan diantaranya mengikuti webinar, pelatihan di <https://edukUMKM.id>, pelatihan di <https://www.UMKMindonesia.id>, pelatihan online oleh dinas yang membidangi UMKM di lingkungan kabupaten atau kota, dan pelatihan yang dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat atau orang perorangan. Hal positif yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan usaha adalah: (1) dapat mempertinggi promosi produk dan layanan melalui kontak langsung, kaya informasi, dan interaktif dengan pelanggan, (2) menciptakan satu saluran distribusi bagi produk yang ada, (3) biaya pengiriman informasi ke pelanggan lebih hemat jika dibandingkan dengan paket atau jasa pos, (4) waktu yang dibutuhkan untuk menerima atau mengirim informasi sangat singkat, hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik.
- 3) Pemerintah memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha menuju *Era Society 5.0* yang dimiliki oleh UMKM jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan dukungan. Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perindustrian Kota

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Tasikmalaya peran pemerintah sebagai katalisator pengembangan UMKM adalah mempercepat proses pengembangannya UMKM menjadi *fast moving enterprise* yang artinya UMKM yang kental akan jiwa kewirausahaan dan segera untuk menjadi usaha besar. Selain itu pemerintah berperan dalam penyiapan UMKM agar dapat dibiayai dengan skim dimaksud, menetapkan kebijakan dan prioritas usaha yang akan menerima kredit, melakukan pembinaan dan pendampingan selama masa kredit, dan memfasilitasi hubungan antara UMKM dengan pihak lain. Untuk ditahun 2020 UMKM mendapat bantuan Rp 2.400.000 tetapi untuk bantuan di tahun 2021 sebesar Rp 1.200.000; bantuan yang diberikan sangat membantu untuk perkembangan usaha mereka Keberhasilan terjualnya produk pelaku UMKM tergantung bagaimana usaha pemasaran dan kualitas produk itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Halim., dkk. (2014). Perpajakan, Konsep Aplikasi, Contoh dan Studi Kasus. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat
- Al-Farisi., Moh Malikulhaq., Kahar Haerah. (2021). Implementasi Kebijakan Desa Digital Dalam Pengembangan UMKM di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember
- Ali, Hasan. (2008). Marketing. Yogyakarta: Penerbit Media Press
- Anwas, M Oos. (2014). Pemberdayaan Masyarakat di era Globalisasi. Bandung: Alfabeta
- Asaniyah, N. (2017). Pelestarian Informasi Langka: Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi. Jurnal Universitas Islam Indonesia, Vol 5, No (7)
- Beik, Irfan Syauqi., Laily Dwi Arsyianti. (2017). Ekonomi Pembangunan Syariah. Jakarta: Rajawali Pers
- Brennen, J Scott., Daniel Kreiss. (2016). Digitalization. The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy, Vol 1, No (11)
- Clutterbuck, David. (2003). The Art of HRD: The Power of Empowerment, Release the Hidden Talents of Out Employees. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo
- Dewi, Laila Rahma. (2018). Kompetensi Literasi Digital di Instagram. Yogyakarta: UIN Yogyakarta

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

- Erwin, Raza. (2020). Manfaat dan Dmapak Digitalisasi Logistik di era Industri 4.0. *Journal of Logistic Indonesia*, Vol 4, No (1)
- Feriyanto, Nur. (2021). *Digitalisasi UMKM Untuk Meningkatkan Ekonomi dan Pencapaian SDGs*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Fuadi, Debi S., Ade Sadikin Akhyadi., Iip Saripah. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Junral Dilus: Pendidikan Luar Sekolah*, Vol 5, No (1)
- Griffin, W Ricky., Ronald J Ebert. (2000). *Management*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Hadinata, Melisa. (2013). Studi Pengaruh Trust, Commitment, Communication, Conflict Handing Terhadap Customer Loyalty di Bank Mandiri Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya*, Vol 2, No (1)
- Hadion, Wijoyo. (2020). *Blended Learning Suatu Panduan*. Solok: Insan Cendekia Mandiri
- Hariandja, Marihat Tua Efendi. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grassindo
- Hartman, Amir., John Sifonis. (2000). *Net-Ready Strategies for Succes in The Economy*. US: McGraw Hill
- Hartman, LP., J DesJardins. (2008). *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan Untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ilyas, Rahmat., Rudi Hartono. (2023). *Digitalisasi dan Pertumbuhan Ekonomi*. Bangka: Shiddiq Press
- Jusmaliani, Masyhuri., dkk. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Lambing, P., RC Kuehl. (2000). *Entrepreneurship* (2rd ed). New Jersey: Prentice Hall
- Lasa, HS. (2005). *Manajemen Kepustakaan*. Yogyakarta: Gama Media
- Martawardaya, Berly. (2017). Prospek Investasi Saham di 2017 [online]. Tersedia: <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/04/060000226/prospekinvestasi-saham-di-2017> diakses pada Maret 2024
- Meredith, Geoffrey G. (1996). *Kewirausahaan, Teori dan Praktek Seri Manajemen*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mubyarto. (2000). *Membangun Sistem Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE
- Muhasim, M. (2017). Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Palapa*, Vol 5, No (2)

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

- Paramitha, Devy Indah., dkk. (2022). Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Provinsi Kalimantan Timur Melalui Kampus UMKM Shopee. *Jurnal Kewarganegaraan Sinta*, Vol 6, No (2)
- Puspitasari, Anggri. (2020). Ekonomi Kreatif. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Scarborough, Norman., Doug Wilson., Thomas Zimmerer. (2006). Kewirausahaan dan Manajemen Usah Kecil. Jakarta: Salemba Empat
- Siagian, Yolanda M., Asfahani. (2005). Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis. Jakarta: Gramedia Widiasarana
- Sobahi, K., C Suhana. (2011). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pendidikan di Era Otonomi Daerah. Bandung: CV Cakra
- Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.
- Suharto, Edi. (2014). Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat (Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial). Jakarta: PT Refika Aditama
- Sukmana, E. (2016). Peran Pustakawan Pada Era Digital. *Jurnal Digitalisasi Pustaka November*
- Suryana. (2008). Kewirausahaan. Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat
- Swastha, Basu. (2002). Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan). Jakarta: Penerbit Liberty
- Tambunan, Tulus. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Jakarta: LP3ES
- Tarsis, Tarmudji. (2006). Prinsip-prinsip Wirausaha. Yogyakarta: Liberty
- Winardi. (2008). Entrepreneur and Entrepreneurship. Jakarta: Kencana

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja

Undang-undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti

Undang-undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-undang

Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Received : 20 jan 2025

Accepted : 20 jan 2025

Published : 10 feb 2025

Keputusan Presiden Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Satuan Tugas Percepatan dan Peluruasan Digitalisasi Daerah