

**PERAN STRATEGIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PEMBERDAYAAN  
UMKM DI ERA DIGITAL**Nur Aini<sup>1</sup>, Hendra Riofita<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RiauEmail: [nuraini43121@gmail.com](mailto:nuraini43121@gmail.com)<sup>1</sup>, [hendrariofita@yahoo.com](mailto:hendrariofita@yahoo.com)<sup>2</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis kebijakan pemerintah dalam memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Di tengah transformasi digital yang pesat, UMKM menghadapi tantangan sekaligus peluang dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Pemerintah memainkan peran kunci melalui berbagai kebijakan seperti digitalisasi layanan, pelatihan keterampilan digital, fasilitasi akses pembiayaan berbasis teknologi, serta penyusunan regulasi yang mendukung ekosistem ekonomi digital. Metode yang digunakan adalah studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis melalui tinjauan literatur dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara kebijakan yang adaptif dan dukungan infrastruktur digital sangat penting dalam mempercepat transformasi UMKM. Dengan kebijakan yang tepat, UMKM dapat menjadi pilar utama pertumbuhan ekonomi nasional di era digital.

**Kata Kunci:** UMKM, Kebijakan Pemerintah, Pemberdayaan, Digitalisasi, Ekonomi Publik.

***Abstract:** This study aims to analyze the strategic role of government policies in empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era. Amid rapid digital transformation, MSMEs face both challenges and opportunities in enhancing competitiveness and expanding market reach. The government plays a crucial role through various policies such as digital service provision, digital skills training, technology-based financing facilitation, and regulatory frameworks that support the digital economy ecosystem. This research employs a qualitative method with a descriptive-analytical approach based on literature review and secondary data. The findings indicate that collaboration between adaptive policies and digital infrastructure support is essential in accelerating MSME transformation. With the right policies, MSMEs can become a central pillar of national economic growth in the digital age.*

***Keywords:** MSMEs, Government Policy, Empowerment, Digitalization, Public Economics.*

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan kualitas sumber daya manusia. Dalam konteks ini, peran pemerintah

menjadi krusial dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM melalui kebijakan yang tepat sasaran. Kebijakan tersebut mencakup aspek perizinan, pembiayaan, pelatihan, serta akses terhadap teknologi dan pasar (Chalim, 2022).

Pemerintah Indonesia telah mengimplementasikan berbagai kebijakan untuk mendukung kewirausahaan, seperti penyederhanaan perizinan usaha melalui sistem Online Single Submission (OSS), pemberian insentif pajak, serta fasilitasi pembiayaan melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Selain itu, pemerintah juga mendorong digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi digital.

Kebijakan-kebijakan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pertumbuhan wirausaha baru dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan. (Astari, 2024)

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor kunci dalam meningkatkan produktivitas dan inovasi UMKM. Pemerintah melalui berbagai kementerian dan lembaga telah menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan manajerial, teknis, dan digital. Program-program ini dirancang untuk memberdayakan pelaku UMKM agar mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional. (Irfi Silvia Amanda, 2022)

Implementasi kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM memerlukan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah. Pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam menyesuaikan kebijakan nasional dengan kondisi lokal, serta menyediakan fasilitas dan infrastruktur pendukung bagi UMKM.

Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk sektor swasta dan masyarakat, juga penting untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan berkelanjutan. (salam, 2022)

Meskipun berbagai kebijakan telah diterapkan, UMKM masih menghadapi tantangan seperti akses pembiayaan yang terbatas, rendahnya adopsi teknologi, dan kurangnya inovasi produk. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan penyesuaian kebijakan yang berkelanjutan, serta peningkatan koordinasi antar lembaga pemerintah.

Pemerintah juga perlu mendorong kolaborasi dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan untuk menciptakan program-program yang lebih efektif dalam memberdayakan UMKM dan meningkatkan kualitas SDM. (Amanda, 2022)

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan atas pelayanan yang diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin diterima. Pada awalnya, instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan (*service quality*) dikembangkan oleh peneliti pemasaran untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Ukuran kualitas pelayanan ditentukan oleh banyak faktor yang bersifat intangible (tidak nyata atau tidak berwujud) dan memiliki banyak aspek psikologis yang rumit untuk diukur. Idealnya, pengukuran kualitas pelayanan dilakukan terhadap dua dimensi yang saling terkait dalam proses pelayanan, yakni penilaian dari pengguna layanan atau pelanggan (*service users*) dan penilaian dari penyedia pelayanan (*service providers*). Dengan demikian, pemberian pelayanan publik oleh pemerintah kepada masyarakat merupakan perwujudan dari fungsi negara sebagai abdi negara untuk melayani masyarakat, (Riofita, 2018)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Indonesia secara progresif telah memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan kinerja bisnis di pasar. Seperti dalam negara pengembangan lainnya, Indonesia memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi digitalnya sebagai hasil dari kemajuan dalam teknologi. Salah satu cara untuk mencapai peningkatan ini adalah dengan mempromosikan penggunaan pembayaran digital untuk belanja online di pasar. (Riofita, 2024)

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kebijakan strategis pemerintah terhadap pemberdayaan UMKM di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kebijakan pemerintah seperti Online Single Submission (OSS), Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan sumber daya manusia (SDM), dukungan digitalisasi, dan kualitas pelayanan publik berkontribusi dalam meningkatkan akses pasar, inovasi produk, literasi digital, dan pertumbuhan usaha UMKM.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup berbasis skala Likert 1–5, yang mengukur persepsi pelaku UMKM terhadap efektivitas implementasi kebijakan pemerintah dan dampaknya terhadap dimensi pemberdayaan UMKM. Butir-butir pertanyaan disusun berdasarkan indikator yang dikembangkan dari literatur dan temuan sebelumnya.

Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM yang telah mengikuti program pemerintah terkait digitalisasi dan pengembangan usaha, terutama di wilayah perkotaan dan kabupaten yang aktif dalam program pemberdayaan. Teknik purposive sampling digunakan untuk

memilih sampel secara selektif berdasarkan kriteria: (1) telah mengikuti minimal satu program pemberdayaan UMKM pemerintah, dan (2) aktif menjalankan usaha secara digital.

Sebelum disebar, kuesioner diuji validitas menggunakan korelasi Pearson dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat distribusi jawaban responden serta analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel kebijakan terhadap indikator pemberdayaan UMKM. Analisis korelasi juga digunakan untuk mengukur keterkaitan antar dimensi kebijakan.

Adapun strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi dan e-commerce, dimana menyoroti bahwa perkembangan teknologi informasi memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan pemasaran UMKM, serta menekankan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar digital, terkait dengan adopsi teknologi dan strategi pemasaran digital. (Aprilia, 2024).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan sejumlah temuan penting berdasarkan hasil survei terhadap 20 pelaku UMKM yang telah mengikuti program pemerintah terkait digitalisasi dan pemberdayaan usaha. Dari data yang dikumpulkan, ditemukan:

1. Kebijakan OSS (Online Single Submission) : Sebanyak 16 dari 20 responden (80%) menyatakan bahwa sistem OSS membantu mempermudah proses perizinan usaha mereka, terutama dalam hal kecepatan dan kemudahan akses. Namun, 4 responden (20%) mengeluhkan kendala teknis, seperti kesulitan mengunggah dokumen dan kurangnya pendampingan teknis saat proses pendaftaran. Hal ini menunjukkan bahwa meski OSS dinilai efektif, masih diperlukan pendampingan lebih lanjut bagi UMKM yang belum akrab dengan sistem digital.
2. Akses terhadap Kredit Usaha Rakyat (KUR) : Dari 20 responden, 13 orang (65%) menyatakan pernah mengakses pembiayaan melalui program KUR, yang mereka nilai sangat membantu dalam meningkatkan modal kerja. Sementara itu, 7 responden (35%) belum memanfaatkan KUR karena merasa kesulitan memenuhi persyaratan administrasi atau tidak mengetahui prosedur pengajuannya secara lengkap.
3. Pelatihan SDM : Sebanyak 15 responden (75%) menyatakan telah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah, dan mayoritas merasa pelatihan tersebut meningkatkan kemampuan mereka dalam pengelolaan keuangan

- dan pemasaran digital. Lima responden lainnya mengaku belum mendapatkan kesempatan atau informasi yang cukup untuk mengikuti program pelatihan.
4. Pemanfaatan Teknologi dan Digitalisasi : Sebanyak 17 responden (85%) telah menggunakan teknologi digital dalam operasional usaha mereka, terutama melalui media sosial dan marketplace online. Sementara 3 pelaku usaha lainnya masih menjalankan bisnis secara konvensional, dengan alasan keterbatasan kemampuan digital atau belum melihat urgensi dalam perubahan model usaha.
  5. Kualitas Pelayanan Publik : Sebagian besar responden (18 orang atau 90%) menilai bahwa pelayanan publik yang mereka terima terkait program pemberdayaan UMKM cukup baik dan membantu. Namun, dua responden mengeluhkan informasi yang kurang lengkap serta lambatnya respons dari petugas saat mengajukan pertanyaan atau bantuan teknis.

Meskipun jumlah responden hanya 20 orang, temuan ini cukup mewakili gambaran awal tentang efektivitas kebijakan pemerintah dalam memberdayakan UMKM di era digital. Adopsi sistem OSS dan pemanfaatan KUR sudah memberikan dampak positif terhadap kemudahan usaha dan akses permodalan. Pelatihan SDM dan digitalisasi juga terbukti menjadi kunci untuk memperkuat daya saing UMKM, meskipun masih ada sebagian pelaku usaha yang belum terjangkau program tersebut. Peran aktif pemerintah dalam memperluas sosialisasi program, menyederhanakan prosedur administratif, serta memperkuat infrastruktur digital sangat penting agar pemberdayaan UMKM bisa merata dan berkelanjutan. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan publik juga harus diiringi dengan sistem pendampingan yang responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha, khususnya di tingkat daerah.

Layanan Digital harus dikembangkan dari sumber daya dan kemampuan HEIs', sebagaimana ditunjukkan oleh model tampilan berbasis sumber daya, perkembangan adalah adaptasi pintar pada model pemasaran. Mempertimbangkan tidak ada Inovasi Layanan yang sempurna, pengembangan pemulihan layanan digital sangat diperlukan, oleh karena itu pemulihan layanan digital harus dikembangkan dengan mempertimbangkan: kualitas lingkungan yaitu terutama terkait dengan tampilan antarmuka pengguna, kualitas pengiriman yaitu kualitas interaksi dengan pelanggan, dan kualitas hasil, terutama setelah pengiriman layanan. (Riofita, 2022)

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah secara signifikan peta bisnis, terutama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah kompetisi yang semakin intens dan pasar yang terus berkembang, UMKM di Indonesia menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualannya. Dalam hal ini, penggunaan platform digital telah menjadi strategi pemasaran yang sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Indonesia merupakan salah satu pasar digital terbesar di dunia dengan jumlah pengguna internet yang terus berkembang serta penetrasi smartphone yang sangat tinggi. Hal ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk meraih kesuksesan dengan memanfaatkan platform digital yang ada. Namun, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami potensi dan manfaat yang dapat diperoleh melalui digitalisasi pemasaran ini. Digitalisasi pemasaran mengacu pada proses penjualan produk barang atau jasa yang dimiliki oleh pemilik usaha.

Dengan adanya digitalisasi, diharapkan produk yang ditawarkan dapat dikenal lebih luas dan memiliki lebih banyak peminat. Pelayanan yang baik sangat dibutuhkan oleh konsumen, bahkan secara umum, pelayanan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Strategi pemasaran memegang peranan penting dalam bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi suatu perusahaan, baik dari harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu produksi, pemasaran, dan konsumsi. Dalam hal ini, pemasaran berfungsi sebagai penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara pemasaran UMKM yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi digital, dengan memanfaatkan media sosial dan website untuk memasarkan produk.

Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital. Peran utama pemasaran digital adalah untuk mendorong tindakan serta advokasi dan hasil, sedangkan pemasaran tradisional lebih fokus pada memulai interaksi dengan pelanggan. Penggunaan media digital menjadi pilihan yang tepat bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka. Akses internet yang mudah, potensi keuntungan yang lebih besar, biaya yang lebih rendah, dan jangkauan pasar yang lebih luas menjadi alasan utama mengapa para pengusaha memilih media digital sebagai solusi utama dalam memasarkan produk dan layanan mereka. (Sofiyantu, 2024)

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan strategis pemerintah memiliki peran penting dalam mendorong pemberdayaan UMKM di era digital. Sistem OSS telah mempermudah proses perizinan, program KUR membantu meningkatkan akses permodalan, pelatihan SDM memperkuat kapasitas pelaku usaha, serta digitalisasi memperluas jangkauan pasar UMKM. Meskipun demikian, masih ditemukan tantangan seperti keterbatasan dalam akses informasi, hambatan teknis, dan rendahnya adopsi teknologi pada sebagian pelaku usaha, yang mengindikasikan perlunya perbaikan dalam implementasi kebijakan.

Selain itu, kualitas pelayanan publik yang dinilai cukup baik menunjukkan adanya upaya pemerintah dalam mendekatkan layanan kepada masyarakat. Namun, untuk mencapai pemerataan dan efektivitas program, dibutuhkan sinergi yang lebih kuat antara pemerintah pusat dan daerah, serta dukungan dari sektor swasta dan lembaga pendidikan. Transformasi digital UMKM hanya akan berhasil apabila kebijakan yang diterapkan bersifat inklusif, adaptif, dan mampu menjawab kebutuhan nyata pelaku usaha di berbagai level.

## DAFTAR PUSTAKA

- Irfi silvia amanda, Maulana shihabudin, Belardo prasetya mega jaya, Mohammad fasyehhudin. (2022). Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM Nasional dan Membangun Negeri di Pasar Internasional. *JURNAL TUGAS AKHIR*.
- Shiva Aprilia, Hendra Riofita. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM. *Jurnal Kajian Agama Islam*.
- Melinsa astari, Isna fitria agustina. (2024). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Lokal Berbasis Crowdfunding. *jurnal aplikasi kebijakan publik dan bisnis*.
- Munsharif Abdul Chalim, Peni Rinda Listyowati, Lathifah Hanim, MS. Noorman (2022). PERAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN KOPERASI MODERN DAN UMKM BERDASARKAN PP NO. 7 TAHUN 2021. *Jurnal Penelitian Hukum*.
- Irfi Silvia Amanda. (2022). Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM Nasional dan Membangun Negeri di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmu Hukum*.
- Riofita, H. (2018). Analisis Pelayanan Prima dan Kualitas Pelayanan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Provinsi Riau. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI, MANAJEMEN DAN KEUANGAN*.
- Riofita, H. (2022). Developing Digital Empowerment

Programs ent Programs Developing Digital Empowerment Programs . *Muslim Business and Economic Review*.

Riofita, H. (2024). Perceived Opportunity and Risk Control Role on Willingness to Recommend Sharia Fintech. *Jurnal Ekonomi Indonesia*.

Monica dwipi salam, Ananta prathama. (2022). PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM. *jurnal kebijakan publik*.

Sofiyantu, Hendra Riofita. (2024). Optimalisasi Platform Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *jurnal pedia*