

Analisis Kebutuhan UMKM di Era Digital terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Bandar Lampung

Warsiyah
Universitas Muhammadiyah Lampung
Lampung, Indonesia

warsiyah1281@gmail.com

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 21/08/2023

Diterima : 25/08/2023

Dipublikasi : 25/08/2023

ABSTRAK

Perubahan pola kegiatan masyarakat setelah pandemi salah satunya ialah meningkatnya penggunaan teknologi digital sehingga mempengaruhi pola konsumsi dari kegiatan offline menjadi online. Kondisi ini mengharuskan UMKM dapat mengikuti perubahan dengan memanfaatkan teknologi digital. Pelaku UMKM yang terkendala dalam memasarkan dan mempromosikan usaha melalui teknologi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kebutuhan UMKM agar mampu berdaya saing dan mengembangkan usahanya secara nasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah UMKM yang berdomisili di Bandar Lampung dan sekitarnya. Data penelitian dikumpulkan menggabungkan antara desk analisis dan observasi langsung, wawancara dan pengisian angket melalui google form dan praktisi pemasaran digital. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mayoritas pelaku UMKM telah mengikuti pelatihan pemasaran dan digital marketing, dan mayoritas dalam bentuk usaha kuliner. Selain itu, teknologi digital pelaku UMKM masih sedikit yang mengetahui mengenai literasi keuangan dan perizinan.

Kata Kunci: Kebutuhan UMKM; Era Digital ; Kinerja UMKM

I. PENDAHULUAN

Pendahuluan Pendahuluan UMKM menjadi sektor yang sangat penting bagi perkembangan perekonomian Indonesia setelah masa pandemi tahun 2019 yang membawa perubahan sangat signifikan. Faktor yang paling besar terjadi pada peningkatan ekonomi digital. Digitalisasi juga menjadi sarana mendorong interaksi jaringan masyarakat global (Tsatsou, 2014). Pertumbuhan ekonomi digital tahun 2022 meningkat sebesar 22% dari tahun 2021 dan mendominasi transaksi ekonomi digital ASEAN sebanyak 40% (Bain & Company 2022). Perubahan perilaku kewirausahaan berdampak besar terhadap perkembangan dan inovasi kewirausahaan yang meliputi manajemen dan keuangan OECD (2010), dan keterampilan berpikir strategis. Keahlian ini meskipun menantang bagi UKM, sangat penting untuk pertumbuhan mereka (OECD, 2018). Kegiatan dan pengembangan kewirausahaan, yang merupakan kunci pertumbuhan kewirausahaan, membutuhkan karakteristik dan keterampilan kewirausahaan yang sangat baik, yang telah diidentifikasi sebagai kebutuhan untuk kinerja wirausahawan (Harper, 2013). Islam dkk. (2011) berpendapat bahwa karakteristik wirausaha tersebut berkaitan dengan faktor demografi, karakteristik pribadi, latar belakang individu, orientasi wirausaha, dan kesiapan wirausaha, yang semuanya menentukan kinerja bisnis

Hal ini memaksa pelaku UMKM untuk mengikuti pola tersebut agar usaha tetap berjalan. Terbukti ketika pandemi terjadi usaha yang mampu bertahan ialah mereka yang mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Untuk mengatasi masalah ini pemerintah membuat kebijakan – kebijakan yang membantu UMKM agar terus berkembang, karena UMKM menjadi kekuatan ekonomi di Indonesia yang terbukti mampu memberikan kontribusi yang cukup besar. Selain itu juga dapat menjadi solusi pengentasan kemiskinan dan mampu menjadi solusi dalam mengurangi jumlah pengangguran.

Menurut Dewan Komisioner OJK, Tirta Segara, bahwa kendala UMKM yaitu UMKM masih jarang yang memanfaatkan teknologi digital, baik pemasaran maupun akses pasar dan akses pembiayaan atau modal usaha, dan kualitas dan kompetensi SDM belum memadai dimana pelaku UMKM kesulitan dalam penetrasi pasar, inovatif yang rendah, kesulitan dalam perizinan, serta laporan keuangan usaha belum tersedia.

Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang analisis kebutuhan UMKM di era digital terhadap peningkatan kinerja UMKM di Bandar Lampung

II. STUDI LITERATUR

Analisis

Secara umum, konsep analisis mengacu pada serangkaian tugas yang meliputi penguraian, pembedaan, dan pemilihan bahan untuk selanjutnya melakukan pengelompokkan, kemudian keterkaitannya, dan terakhir ditafsirkan maknanya. Menurut Dwi Prastowo Darminto, bahwa analisis adalah uraian suatu permasalahan ke dalam bagian-bagiannya yang banyak dan penelaahan terhadap bagian-bagian tertentu serta interaksi antara bagian itu untuk mendapatkan pemahaman yang benar dan menangkap makna secara keseluruhan. Serta mengintegrasikan sejumlah data yang diperoleh dari suatu lingkungan tertentu. Untuk menarik kesimpulan dan mengembangkan pengetahuan yang lebih mendalam, tentunya perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam terhadap berbagai data yang diperoleh dari berbagai sumber.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Pusat Statistik (BPS), UKM didefinisikan berdasarkan jumlah karyawan; industri rumah tangga memiliki 1–4 orang, usaha kecil 5–19 orang, dan usaha menengah 20–99 orang (Susanti, 2009). Nurhayati (2011) mengatakan bahwa definisi UMKM berbeda-beda tergantung pada karakteristik negara, seperti: Menurut World Bank, UKM adalah bisnis dengan tenaga kerja lebih dari 30 orang, pendapatan tahunan kurang dari 3 juta dolar, dan aset tidak melebihi 3 juta dolar. Di Amerika Serikat, UKM adalah industri yang tidak dominan di sektornya dan mempekerjakan kurang dari 500 orang. Di Eropa, UKM adalah bisnis dengan tenaga kerja 10-40 orang dan pendapatan tahunan 1-2 juta euro, atau jika kurang dari 10 orang, dikategorikan sebagai usaha rumah tangga.

Menurut Suhardjono dalam Rafika (2010), usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil yang memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan yang ditetapkan oleh undang-undang. Di Indonesia, bisnis dengan tenaga kerja antara 1 dan 4 orang diklasifikasikan sebagai usaha mikro, usaha kecil antara 5 dan 19 orang, usaha industri menengah antara 20 dan 99 orang, dan bisnis besar jika memiliki lebih dari 100 orang.

Kriteria UMKM menurut Undang-Undang RI nomor 20 Tahun 2008 mengalami perubahan karena terbit Peraturan Pemerintah RI nomor 7 Tahun 2021. Perbedaan dari kriteria

tersebut terlihat dari besarnya modal usaha dan hasil penjualan dalam setahunnya. Besar modal untuk usaha mikro dari paling banyak Rp 50 juta menjadi paling banyak Rp 1 milyar, usaha kecil dari modal lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta menjadi lebih dari Rp 5 milyar sampai Rp 10 milyar dan untuk usaha menengah dari lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar menjadi lebih dari Rp 5 milyar sampai Rp 10 milyar. Kekayaan bersih atau modal usaha ini diluar dari tanah dan bangunan tempat usaha.

Menurut Faisal (2002), usaha kecil terdiri dari usaha informal yang dilakukan perseorangan, misalnya usaha rumah tangga, pedagang kecil, kaki lima, atau asongan. Mereka juga dianggap sebagai kelompok pengusaha yang usaha mereka dilihat dari masalah ekonomi domestik. Berdasarkan Martin (2000), usaha UMK antara lain :

- a. Pendidikan formal yang rendah
- b. Modal usaha kecil
- c. Miskin
- d. Upah rendah
- e. Kegiatan dalam skala kecil.

Kebutuhan UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah unsur penting dalam ekonomi bangsa. Kebutuhan UMKM dapat beragam tergantung pada fase perkembangannya. Salah satu hambatan utama bagi UMKM adalah akses terhadap modal. Kebutuhan modal dapat mencakup investasi awal, pembelian peralatan, stok barang, dan kebutuhan operasional lainnya. Pemerintah dan lembaga keuangan dapat berperan dalam menyediakan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi UMKM.

UMKM seringkali beroperasi dengan sumber daya terbatas, jadi pelatihan dalam manajemen usaha, pemasaran, keuangan, dan teknologi sangatlah penting. Program pelatihan dan pendidikan yang relevan dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. UMKM memerlukan akses ke pasar yang lebih luas. Ini bisa diwujudkan melalui dukungan dalam pemasaran, promosi, dan strategi distribusi. Pemerintah dan asosiasi bisnis dapat membantu UMKM mengenali peluang pasar baru dan mengembangkan jaringan. Penerapan teknologi modern dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Dukungan dalam bentuk pelatihan teknologi, akses ke solusi perangkat lunak, dan bantuan dalam mengadopsi teknologi baru sangat berarti bagi UMKM. UMKM sering menghadapi hambatan dalam mengurus perizinan dan regulasi. Upaya untuk menyederhanakan dan mempermudah proses perizinan dapat membantu UMKM lebih fokus pada operasional bisnisnya. Infrastruktur yang memadai, termasuk akses ke listrik, air bersih, dan akses internet, sangatlah penting bagi kelangsungan operasional UMKM. Infrastruktur digital juga penting dalam memfasilitasi penjualan online dan berbagai aspek bisnis lainnya. UMKM membutuhkan akses terhadap tenaga kerja yang berkualitas. Meningkatkan keahlian tenaga kerja lokal dan memfasilitasi proses rekrutmen dapat membantu UMKM mengisi kebutuhan tenaga kerja mereka.

Kebijakan dan regulasi yang mendukung perlindungan hukum bagi UMKM, termasuk hak kekayaan intelektual, membantu melindungi inovasi dan produk yang dihasilkan UMKM dari penyalahgunaan. Pemerintah dan lembaga non-profit dapat menyediakan bantuan konsultasi bagi UMKM terutama dalam hal keuangan, perpajakan, dan hukum. Membangun ekosistem bisnis

lokal yang mendukung kolaborasi antara UMKM, serta berbagai pihak seperti lembaga pendidikan, investor, dan pelaku bisnis lainnya, dapat membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Penting untuk diingat bahwa setiap UMKM mungkin memiliki kebutuhan yang sedikit berbeda berdasarkan jenis usaha, lokasi geografis, dan tahap perkembangan bisnis. Oleh karena itu, pendekatan yang holistik dan mendalam diperlukan untuk memahami serta mengatasi kebutuhan yang spesifik bagi UMKM tertentu.

Era Digital

Era Industri 4.0 memicu adanya transformasi digital secara cepat. Tantangan di era saat ini mendorong arus informasi secara cepat (Javaria & Gracia, 2020). Untuk menghadapi digitalisasi, UMKM harus menggunakan beberapa metode berdasarkan lingkungan dan kebutuhannya (Evangeulista, Agustin, Pramana, & etc, 2023) Era industry 4.0 merupakan periode waktu di mana teknologi informasi dan komunikasi, terutama komputer dan internet, memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia. Era digital ditandai oleh perubahan besar dalam bagaimana informasi diproduksi, dikonsumsi, disimpan, dan disebarluaskan. Masyarakat pada era digital memanfaatkan sistem digital dalam aktivitas hariannya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merujuk pada periode di mana teknologi digital dan internet memiliki pengaruh besar terhadap berbagai aspek operasional, pemasaran, dan pengembangan bisnis UMKM. Era ini ditandai oleh adopsi teknologi informasi dan komunikasi yang luas, yang membantu UMKM mengantisipasi kendala dan memanfaatkan kesempatan yang ada dalam dunia yang semakin terhubung secara digital.

UMKM menggunakan platform online seperti situs web, media sosial, email, dan mesin pencari untuk memasarkan produk dan layanan mereka kepada audiens yang lebih luas. UMKM menjual produk mereka melalui platform e-commerce, memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di berbagai wilayah tanpa batasan geografis. Dampak Perkembangan Teknologi pada Era Digital, media penyebaran informasi melalui situs jejaring sosial, sehingga keterampilan sosial dan teknis sangat penting untuk beradaptasi dan bersaing di era industry 4.0 dalam mengembangkan jejaring.

Kinerja UMKM

Kinerja adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan atau menggambarkan keadaan sekitar tercapainya pelaksanaan aktivitas maupun program dalam mencapai tujuan, sasaran, visi, dan misi perusahaan. Kinerja adalah kemampuan individu atau kelompok individu dalam suatu organisasi untuk menghasilkan hasil kerja sesuai dengan berbagai wewenang dan tugasnya dalam rangka mencapai tujuan organisasi. UMKM, atau usaha kecil dan menengah, harus unggul di setiap industri, termasuk keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran. UMKM diantisipasi untuk berkinerja baik dan memperkuat posisi mereka sebagai mesin ekonomi, memberikan kontribusi lebih dan lebih untuk kesehatan ekonomi negara secara keseluruhan. Pemerintah senantiasa memberikan prioritas kepada UMKM.

Aribawa (2016:2) menyatakan bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diperoleh oleh individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut dalam UMKM selama jangka waktu tertentu, dan akan dikaitkan dengan suatu nilai atau ukuran standar. Hasibuan (Dinar 2017: 9) menyatakan bahwa Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya berdasarkan kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan.”

Dari pengertian di atas, bahwa keberhasilan UMKM merupakan fungsi dari pekerjaan

yang diselesaikan secara menyeluruh dengan pekerjaan, target, sasaran, atau kriteria yang telah ditetapkan dan disepakati bersama untuk identifikasi usaha dengan kriteria aset dan omzet yang ditetapkan. Kinerja UMKM dipengaruhi oleh dua macam elemen yang berbeda, menurut Minuzu (Suci 2019:13): Faktor internal meliputi aspek sumber daya manusia, faktor keuangan meliputi proses keuangan, lembaga pasar, dan alat yang digunakan untuk bergerak atau transfer uang antara bisnis dan pemerintah, dan faktor teknis dan operasional mencakup sejumlah proses yang mengubah masukan menjadi keluaran dalam penciptaan nilai dalam bentuk barang dan jasa. Komponen pemasaran keuangan dan sumber daya manusia disertakan. Selain itu, kehidupan masyarakat terus dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan budaya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam skala dalam maupun di luar negeri.

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2016), metode deskriptif kualitatif adalah teknik penelitian berbasis postpositivis yang digunakan untuk mempelajari situasi objek alam sebagai lawan dari eksperimen. Peneliti berfungsi sebagai instrumen utama dalam teknik ini. Triangulasi (gabungan) digunakan untuk pengumpulan data, analisis data induktif/kualitatif, dan pemaknaan lebih diutamakan daripada generalisasi dalam temuan penelitian kualitatif. Dengan menyelidiki individu, kelompok, atau peristiwa selengkap mungkin, penelitian deskriptif kualitatif mencoba menggambarkan, menggambarkan, menjelaskan, menjelaskan, dan memecahkan pertanyaan yang akan diteliti secara lebih mendalam. Manusia dijadikan sebagai subjek kajian dalam kajian kualitatif, dan keluaran tertulis berupa pernyataan atau kata-kata.

Tahapan Penelitian

Tahapan penyelidikan ini umumnya terdiri dari tiga tahap. Langkah pertama adalah melakukan desain penelitian dengan memilih responden UKM dan membuat daftar pertanyaan wawancara sebagai instrumen pengumpulan data. Responden yang dipilih adalah yang memenuhi syarat tertentu, antara lain menggunakan aplikasi yang digital yang tersedia. Tahap pengumpulan data adalah dilakukan dengan wawancara dan observasi terperinci kepada para pelaku UMKM, dan data studi lainnya.

Waktu dan Tempat

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini yaitu mulai dari Bulan November 2022 hingga Februari 2023. Adapun lokasi penelitian adalah Kota Bandar Lampung.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui :

- Wawancara dalam penelitian ini, penulis mewawancarai responden sebagai sumber data yakni pelaku UMKM yang berdomisili di Bandar Lampung.
- Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mempertajam analisis penelitian yang berkaitan dengan kebutuhan UMKM di era digital untuk meningkatkan kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- Observasi dalam Penelitian ini dengan melakukan observasi secara langsung.

Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian dilakukan secara kualitatif.

a. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti melakukan pencatatan data dalam berbagai bentuk data pelaku UMKM yang berdomisili di Bandar Lampung

b. Reduksi Data

Dalam penelitian melakukan reduksi data sesuai kebutuhan data yang diperlukan oleh peneliti. Terkait dari kerangka penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang didapatkan dari hasil penelitian.

c. Penyajian data

Pada penelitian ini dengan memberikan kesimpulan atau gambaran penelitian dalam bentuk teks berupa catatan lapangan pada pelaku UMKM Bandar Lampung

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan melalui hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari penelitian.

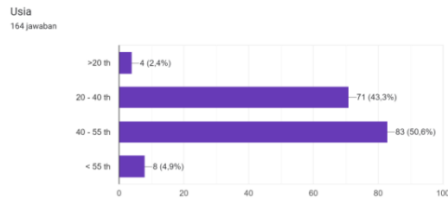
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran umum UMKM Bandar Lampung

Bandar Lampung adalah sebuah kota yang berada di Provinsi Lampung, Pulau Sumatera. UMKM Bandar Lampung mengacu pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah yang beroperasi di kota tersebut. UMKM umumnya mencakup berbagai jenis bisnis seperti toko kecil, warung makan, pertukangan, kerajinan tangan, dan usaha kecil lainnya. Pemerintah mendukung perkembangan UMKM dengan memberikan kebijakan dan program yang diterapkan oleh pemerintah setempat dan tingkat nasional. Dukungan pemerintah terhadap UMKM di Bandar Lampung dapat mencakup berbagai inisiatif dan program untuk membantu pertumbuhan, pengembangan, dan keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah tersebut. contoh dukungan yang dapat diberikan oleh pemerintah yaitu Pelatihan dan pendidikan kewirausahaan bagi para pelaku UMKM. Yang mencakup berbagai aspek bisnis, manajemen, dan keahlian teknis untuk membantu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan pengusaha UMKM. Dan menghadirkan program pembiayaan khusus bagi UMKM, seperti kredit mikro atau pinjaman dengan bunga rendah, agar UMKM bisa mengakses modal untuk memulai, mengembangkan, atau memperluas usahanya. Serta memberikan bantuan dalam membuka akses ke pasar yang lebih luas, baik dalam negeri maupun internasional, melalui pameran, pameran dagang, atau program lain yang memperkenalkan produk UMKM ke konsumen dan pembeli potensial. Selain itu juga pemerintah memberikan pendampingan dan konsultasi bagi pengusaha UMKM dalam berbagai aspek bisnis, seperti manajemen keuangan, perpajakan, dan perizinan dan dukungan teknologi dan inovasi bagi UMKM agar dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing.

2. Analisis kebutuhan UMKM di era digital

Responden yang diteliti sebanyak 164 responden, terdiri dari perempuan sebanyak 132 responden atau sebesar 80% sedangkan laki laki sebanyak 34 responden atau sebesar 20%. Berdasarkan usia, responden dengan usia kurang dari 20 tahun sebanyak 4 responden atau sebesar 2,4%, antara usia 20 hingga 40 tahun sebanyak 71 responden atau sebesar 43,3%, dan antara usia 40 hingga 55 tahun sebanyak 83 responden atau sebesar 50,6%, dan diatas usia 55 tahun sebanyak 8 responden atau 4,9%. Dengan demikian pelaku UMKM pada responden ini didominasi pada usia 40 hingga 55 tahun dan paling sedikit berusia dibawah 20 tahun. Dapat digambarkan melalui grafik :



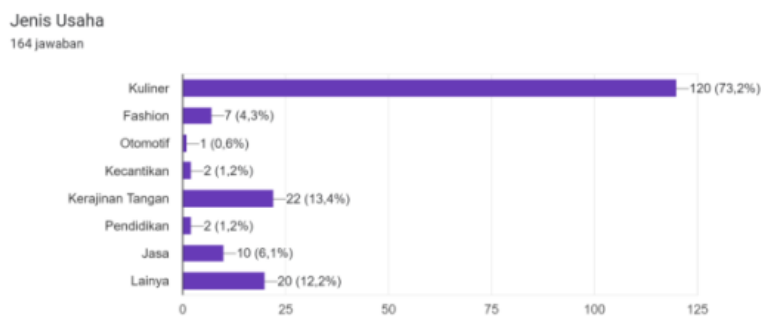
Gambar 1. Usia responden

Berdasarkan mulai usaha, koresponden sebanyak 47% memulai usahanya belum mencapai 3 tahun yaitu sebesar 47%, selanjutnya memulai usaha antara 3 tahun hingga 10 tahun sebanyak 72 responden atau sebesar 47%, sementara usaha yang dimulai lebih dari 10 tahun hanya berjumlah 15 responden atau sebanyak 9,1%. Dengan demikian sebagian besar responden memulai usahanya setelah terjadi pandemi covid 19, hal ini bisa disebabkan tingginya tingkat pengangguran maka mendorong masyarakat untuk membuka usaha.



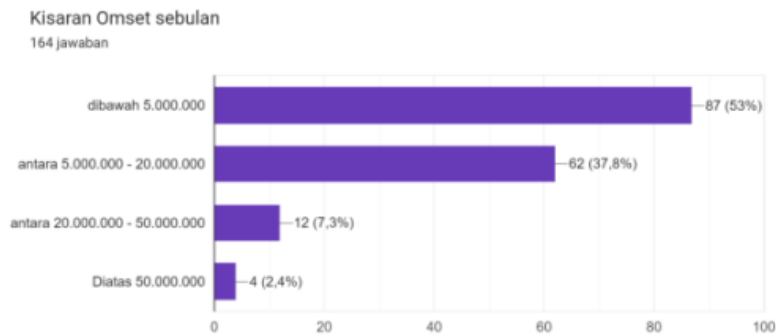
Gambar 2. Tahun Memulai Usaha

Jika dilihat berdasarkan jenis usaha, maka usaha kuliner sangat mendominasi responden yakni sebanyak 120 responden atau sebesar 73,2%, selanjutnya usaha dalam bentuk kriya (kerajinan tangan) sebanyak 22 responden atau sebesar 13,4%, usaha yang ketiga yaitu dalam bidang jasa sebanyak 10 responden atau sebanyak 6,1% dan usaha fashion sebanyak 7 responden atau sebesar 4,3% dan usaha lainnya. Hal ini sesuai dengan data yang diterima oleh menteri koperasi dan UMKM bahwa kuliner merupakan usaha yang paling mendominasi.



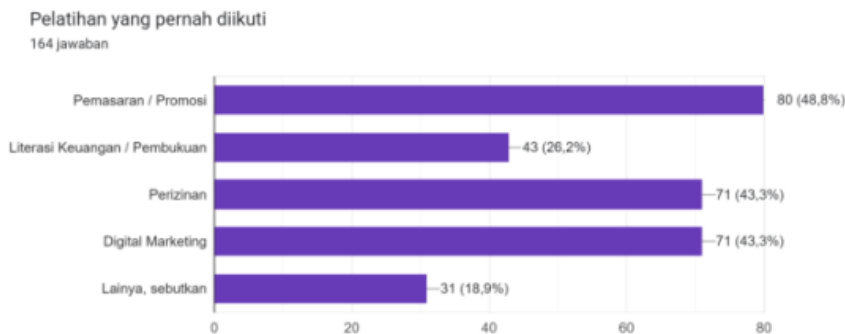
Gambar 3 Jenis usaha responden

Omset UMKM terlihat dalam gambar 4. Terdapat 87 responden atau setara dengan 53% memiliki omset dibawah Rp 5 juta, selanjutnya sebanyak 62 responden atau sebesar 37,8% memiliki omset antara Rp 5 juta hingga Rp 20 juta sebulan, sebanyak 12 responden atau sebesar 7,3%, UMKM memiliki omset antara Rp 20 juta hingga Rp 50 juta. Sedangkan responden yang mendapatkan omset diatas Rp 50 juta sebanyak 4 orang atau sebesar 2,4%.



Gambar 4 Omset responden

Dalam penelitian dari 164 UMKM yang menjadi responden penelitian sudah pernah mengikuti pelatihan.



Gambar 5 Pelatihan yang pernah diikuti responden

Semua responden pernah mengikuti pelatihan yang diberikan baik melalui instansi pemerintah maupun swasta. Responden terbanyak mengikuti pelatihan mengenai pemasaran sebanyak 80 orang atau 48.8%, sedangkan pelatihan digital marketing dan perizinan sebanyak 71 orang atau sebesar 43,3%. Responden yang pernah mengikuti pelatihan literasi keuangan / pembukuan / laporan keuangan hanya sebesar 26% atau sebanyak 43 orang, serta 31 orang atau sebanyak 18.9 % pernah mengikuti pelatihan lainnya misalnya saja perpajakan, ekspor impor dan lainnya. Berdasarkan data tersebut masih minimnya pelatihan tentang literasi keuangan atau laporan keuangan yang masih dibutuhkan pelaku UMKM di Bandar Lampung.

3. Analisis Peningkatan kinerja UMKM

Peningkatan kinerja UMKM melalui pelatihan digitalisasi memiliki potensi besar dalam membantu usaha-usaha kecil dan menengah meningkatkan efisiensi, daya saing, dan pertumbuhan bisnis. Pelatihan digitalisasi dapat berdampak positif pada kinerja UMKM dalam membantu UMKM mengadopsi teknologi dan perangkat lunak untuk meningkatkan efisiensi operasional. Dengan digitalisasi, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial. Pelatihan digitalisasi dapat membantu UMKM memahami cara memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Digitalisasi memungkinkan UMKM dapat memahami cara mengelola dan menganalisis data untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang preferensi pelanggan dan tren pasar. Dan juga dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat mengurangi biaya operasional dalam beberapa aspek, seperti logistik, komunikasi, dan pemasaran.

Meskipun pelatihan digitalisasi memiliki potensi besar untuk meningkatkan kinerja UMKM, penting untuk diingat bahwa penerapannya juga dapat menimbulkan tantangan, terutama bagi UMKM yang mungkin memiliki keterbatasan sumber daya atau akses terhadap teknologi. Oleh karena itu, dukungan lanjutan dari pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan sektor swasta juga sangat penting untuk membantu UMKM mengatasi kendala dalam mengadopsi teknologi digital dan mendapatkan manfaat maksimal dari pelatihan digitalisasi. Peningkatan kinerja UMKM juga mencakup aspek perizinan dan literasi keuangan yang sangat penting.

V. KESIMPULAN

1. Dukungan pemerintah terhadap UMKM di Bandar Lampung dapat mencakup berbagai inisiatif dan program untuk membantu pertumbuhan, pengembangan, dan keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah tersebut. Selain itu juga pemerintah memberikan pendampingan dan konsultasi bagi pengusaha UMKM dalam berbagai aspek bisnis, seperti manajemen keuangan, perpajakan, dan perizinan, serta dukungan teknologi dan inovasi bagi UMKM. Peran pemerintah ini sebagai pendorong untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing.
2. Responden dalam penelitian sebanyak 164 responden. Jika dilihat berdasarkan jenis usaha, maka usaha kuliner sangat mendominasi, selanjutnya usaha dalam bentuk kriya (kerajinan tangan), usaha yang ketiga yaitu dalam bidang jasa dan usaha fashion dan usaha lainnya.

Responden terbanyak mengikuti pelatihan mengenai pemasaran, selanjutnya pelatihan digital marketing dan perizinan, pelatihan literasi keuangan / pembukuan / laporan keuangan, serta mengikuti pelatihan lainnya misalnya saja perpajakan, ekspor impor.

VII. REFERENSI

- AVANGEULISTA, G., AGUSTIN, A., PRAMANA, G., & ETC. (2023). STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI. MANAJEMEN.
- Anik, A. (2019). Parenting Generasi Alpha di Era Digital. Tangerang Selatan: Indocamp.
- Anthony, RN & Govindarajan (2005) Sistem Pengendalian Manajemen, Salemba Empat, Jakarta
- Harper. (2013). Foundations of Entrepreneurship and Economic Development. *New York: Routledge*, 219-221.

-
- Hariandja, Marihot Tua, Manajemen Sumber Daya Manusia Pengadaan, Pengembangan, Pengkompensasian dan Peningkatan Produktivitas Pegawai, Grasindo, Jakarta, 2008
- Javaria, O. K., & Gracia, F. (2020). Strategies to manage the risks faced by consumers in developing e-commerce. *Insight into regional development*, 774-783.
- Muhamad Hasbi Assidiqi dan Woro Sumarni, "Pemanfaatan Platform Digital di Masa Pandemi Covid-19," dalam Seminar Nasional Pascasarjana.2020, <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/601>
- Muhammad Yamin dan Syahrir Syahrir, "Pembangunan Pendidikan Merdeka Belajar (Telaah Metode Pembelajaran)," *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 6, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.36312/jime.v6i1>.
- Saputeri, N. P., Nurulia, E. T., Warsiyah, W., & Wulandari, N. R. (2022). Msme Marketing Strategy In The Covid-19 Pandemic Outbreak (Case Study In Andalas Steak Bandar Lampung). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 205-211.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabet.
- Tsatsou, P. (2014). *Internet Studies: Past, Present and Future Direction*. Surrey: Ashgate Publishing.
- Verdinandus Lelu Ngongo, Taufiq Hidayat, dan Wiyanto, "Pendidikan di Era Digital," dalam Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjan Universitas PGRI Palembang, 2019.
- Warsiyah, W., Luviadi, A., Huwaina, M., & Fakhrurozi, M. (2023). Pemberdayaan Umkm Melalui Optimasi Media Digital Pada Komunitas Inkusi (Inovasi Kewirausahaan Syariah). *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(1), 135-142.
- Warsiyah, Fakhrurozi, M., & Saputeri, N. P. (2022). Pendampingan Umkm Dengan Memanfaatkan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk. In Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat (Kopemas) 2021.
- Yulistyanti, D, Farkhatin, N dan Mustari, D. (2021) Penggunaan Aplikasi Sebagai Media E-Learning Remaja di Karang Taruna," *Journal of Empowerment* 2, no. 1 96, <https://doi.org/10.35194/je.v2i1.1265>.