



Peranan Digitalisasi Dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Inklusif: Studi Kasus Pada UMKM Kuliner di Makassar

The Role of Digitalization in Supporting Inclusive Economic Empowerment: A Case Study of Culinary MSMEs in Makassar

Satriani¹, Putri Andini², Harry Yulianto^{3*}

^{1,2} Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar

³ Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar

Email: satryanit@gmail.com¹, putriandini2456@gmail.com², harryyulianto.stieypup@gmail.com^{3*}

Article history :

Abstract

Received : 16-12-2024

Revised : 17-12-2024

Accepted: 19-12-2024

Published: 21-12-2024

SMEs in Indonesia play a strategic role in supporting the national economy, contributing more than 60% to GDP and absorbing 97% of the workforce. However, challenges such as limited capital, technological infrastructure, and lack of formal training in digitalization pose significant obstacles. This study aims to analyze the role of digitalization in empowering SMEs, particularly in the culinary subsector in Makassar City, through a case study of Bakso Booming88. A qualitative descriptive method was employed using primary data from in-depth interviews and secondary data from related literature. The findings reveal that digitalization helps SMEs expand markets, improve operational efficiency, and drive product innovation. However, technology adoption still relies on self-learning without formal training support. In conclusion, digitalization significantly contributes to empowering SMEs, but further support from the government and private sector is needed to create an inclusive and sustainable digital ecosystem.

Keywords: *Digitalization, MSMEs, Empowerment, Inclusive Economy.*

Abstrak

UMKM di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun, tantangan seperti keterbatasan modal, infrastruktur teknologi, dan kurangnya pelatihan formal dalam digitalisasi menjadi hambatan signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi dalam pemberdayaan UMKM, khususnya subsektor kuliner di Kota Makassar, melalui studi kasus pada Bakso Booming88. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dengan data primer berupa wawancara mendalam dan data sekunder dari literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong inovasi produk. Meskipun demikian, adopsi teknologi masih bergantung pada pembelajaran mandiri tanpa dukungan pelatihan formal. Kesimpulannya, digitalisasi berkontribusi signifikan dalam memberdayakan UMKM, namun diperlukan dukungan lebih lanjut dari pemerintah dan sektor swasta untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Pemberdayaan, Ekonomi Inklusif.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas perekonomian nasional. Dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja, UMKM menjadi sektor vital yang menopang keberlanjutan ekonomi negara. UMKM menghadapi tantangan signifikan dalam adaptasi



teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengakses pembiayaan yang lebih luas (Kristianto et al., 2021). Di era digital, digitalisasi menjadi elemen kunci dalam transformasi bisnis, sehingga memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis

Salah satu subsektor yang menunjukkan potensi besar dalam digitalisasi adalah sektor kuliner. Produk khas Indonesia, seperti kuliner bakso, telah menjadi model kesuksesan UMKM yang mampu bersaing melalui inovasi produk dan pemasaran berbasis teknologi. Namun, sektor ini juga menghadapi tantangan besar, termasuk persaingan yang ketat dan kurangnya dukungan pelatihan formal dalam adopsi teknologi

Kota Makassar sebagai salah satu pusat ekonomi di Indonesia bagian timur memiliki ekosistem UMKM yang dinamis (Rahman & Amin, 2022). Banyak pelaku usaha, terutama di sektor kuliner, mulai mengadopsi teknologi digital seperti *e-commerce* dan aplikasi pengiriman makanan. Meskipun demikian, adaptasi teknologi masih belum merata, terutama di kalangan UMKM yang sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya dan infrastruktur. Hal ini menjadi ironi mengingat potensi besar digitalisasi dalam meningkatkan daya saing UMKM

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas, efisiensi, dan daya saing. Hasil studi Sari dan Nugroho (2023) menyatakan bahwa *platform* digital memungkinkan UMKM memperluas pasar dengan biaya rendah dan efisiensi tinggi. Sedangkan, riset Nasution dan Sipayung (2021) menyoroti peran pemerintah dalam mendorong digitalisasi melalui pelatihan dan akses pembiayaan. Namun, penelitian tersebut belum mengungkap adanya kesenjangan antara teori dan praktik, di mana banyak UMKM mengandalkan pembelajaran mandiri untuk memahami dan mengadopsi teknologi baru

Penelitian ini menyoroti bagaimana UMKM di Makassar, khususnya pada subsektor kuliner, mengatasi keterbatasan pelatihan formal melalui pembelajaran mandiri dan kolaborasi dengan *platform* digital. Kebaruan yang ditawarkan yakni analisis mengenai dinamika adaptasi teknologi digital oleh UMKM yang berhasil mengatasi keterbatasan sumber daya

Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi peran digitalisasi dalam memberdayakan UMKM, mengeksplorasi tantangan yang dihadapi, serta memberikan masukan strategis untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan

Digitalisasi telah menjadi kebutuhan mendesak di era globalisasi, terutama bagi UMKM yang ingin tetap kompetitif (Setiawan & Arief, 2022). Penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga secara praktis, memberikan masukan bagi pemerintah dan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi teknologi untuk menciptakan ekonomi inklusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara rinci fenomena penggunaan digitalisasi dalam pemberdayaan UMKM. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang proses, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital tanpa berfokus pada pengukuran variabel numerik (Yulianto, 2016a).



Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner pada Bakso Booming88 di Makassar. UMKM ini dipilih karena telah berhasil memanfaatkan digitalisasi dalam kegiatan operasional, pemasaran, dan distribusi produknya. Bakso Booming88 merupakan salah satu usaha kuliner yang relevan untuk diteliti pada konteks adopsi teknologi digital di sektor UMKM.

Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik dan pengelola Bakso Booming88, sedangkan data sekunder berasal dari literatur terkait, seperti jurnal ilmiah, laporan, dan kebijakan tentang pemberdayaan UMKM maupun digitalisasi.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara semi-terstruktur yang dirancang untuk menggali informasi terkait penggunaan digitalisasi, kendala yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang mencakup analisis dokumen kebijakan, artikel ilmiah, dan laporan penelitian sebelumnya.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kategori yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh dari wawancara dan studi kepustakaan dianalisis secara tematik, mulai dari proses klasifikasi hingga interpretasi mendalam terhadap fenomena yang diteliti (Yulianto, 2016a).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Bakso Booming88 merupakan salah satu UMKM di Makassar yang bergerak di bidang kuliner, dengan fokus pada produk bakso beku (*frozen*) yang mudah diakses konsumen. Sejak berdiri pada tahun 2015, Bakso Booming88 telah mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi digital, baik untuk pemasaran maupun operasional bisnisnya.

Dengan jumlah karyawan sekitar 16 orang, Bakso Booming88 mampu menjalankan berbagai lini operasional seperti produksi, katering, dan penjualan langsung. Kehadiran cabang di berbagai kota seperti Pinrang, Dobo, dan Bulukumba menunjukkan perkembangan signifikan dalam ekspansi usahanya.

Pemilik usaha Bakso Booming88 memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan produk secara aktif. Selain itu, juga menggunakan aplikasi pengiriman makanan seperti GoFood dan GrabFood untuk mempermudah akses pelanggan dalam melakukan pemesanan produk.

Kemampuan Bakso Booming88 untuk mengintegrasikan teknologi dalam proses bisnisnya memungkinkan untuk menjaga kualitas layanan. Selain itu, interaksi langsung dengan pelanggan melalui *platform* digital menjadi strategi utamanya dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Meskipun telah berhasil memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM ini menyebutkan bahwa adopsi teknologi dilakukan secara mandiri tanpa pelatihan formal dari pemerintah atau lembaga lainnya. Hal ini mencerminkan masih adanya kesenjangan dukungan terhadap digitalisasi UMKM.



Peluang dan Tantangan UMKM di Era Digital

Digitalisasi telah menjadi solusi strategis dalam mengatasi batasan geografis yang selama ini menghambat UMKM untuk berkembang (Yulianto, 2024). Dengan hadirnya *platform* media sosial dan *e-commerce*, UMKM dapat memasarkan produk lokalnya secara luas, sehingga memungkinkan konsumen dari berbagai wilayah untuk mengakses dan membeli produk tersebut dengan mudah. *Platform* seperti Instagram dan Shopee telah memungkinkan UMKM menjangkau pelanggan internasional tanpa harus memiliki toko fisik di lokasi strategis.

Namun, transformasi digital juga membawa tantangan yang tidak bisa diabaikan. Persaingan yang semakin ketat di pasar digital menjadi salah satu isu utama (Yahya & Yulianto, 2019). Pelaku usaha kecil tidak hanya bersaing dengan sesama UMKM tetapi juga dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih besar untuk memanfaatkan teknologi digital. Inovasi berkelanjutan dalam produk dan layanan menjadi sangat penting untuk mempertahankan daya saing.

Keterbatasan sumber daya manusia dalam mengoperasikan teknologi digital menjadi kendala signifikan bagi banyak UMKM. Masih banyak pelaku usaha yang tidak memiliki akses terhadap pelatihan formal untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital dan manajemen berbasis teknologi (Yulianto, 2017a). Kondisi tersebut dapat membuat pelaku UMKM bergantung pada metode tradisional yang kurang efektif di era digital.

Selain sumber daya manusia, keterbatasan modal juga menjadi tantangan besar bagi UMKM (Yulianto, 2016b). Biaya awal untuk mengadopsi teknologi canggih seperti perangkat lunak manajemen inventaris atau aplikasi pemasaran digital sering kali dianggap mahal oleh UMKM. Hal ini menghambat untuk memanfaatkan teknologi secara optimal dalam meningkatkan operasional dan daya saingnya.

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, dukungan dari pemerintah menjadi sangat penting. Kebijakan yang inklusif, seperti pelatihan gratis atau bersubsidi dan akses mudah ke pembiayaan, dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasannya. Selain itu, kolaborasi dengan sektor swasta, seperti penyedia *platform e-commerce* atau lembaga keuangan, dapat memberikan solusi yang lebih holistik (Yulianto, 2017b). Dengan sinergi yang kuat antara pemerintah dan sektor swasta, UMKM dapat mengoptimalkan peluang digitalisasi dan menghadapi tantangan di pasar yang semakin kompetitif.

Peranan Digitalisasi Dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi

Digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui berbagai mekanisme yang memperkuat kemampuannya untuk beradaptasi di pasar yang dinamis (Yulianto, 2024). Dengan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, seperti pengelolaan inventaris dan transaksi, serta mengurangi biaya distribusi melalui aplikasi berbasis online. Penggunaan *platform e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia telah membantu pelaku usaha kecil menjangkau lebih banyak konsumen tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk sewa tempat fisik.

Selain itu, digitalisasi membuka akses bagi UMKM untuk memasuki pasar global. Produk lokal yang sebelumnya hanya dikenal di pasar domestik kini memiliki peluang untuk dikenalkan ke konsumen internasional (Yulianto, 2019). Penggunaan *platform* di level global seperti Amazon dan



Alibaba memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan peluang dengan memasarkan produknya ke berbagai negara tanpa batasan geografis yang signifikan.

Teknologi digital memberikan pelaku UMKM akses ke berbagai bentuk pembiayaan alternatif, seperti *crowdfunding* dan pinjaman berbasis aplikasi. *Crowdfunding* melalui *platform* seperti Kickstarter atau GoFundMe memberikan peluang bagi UMKM untuk mengumpulkan dana dari banyak pihak dengan mudah, sementara pinjaman berbasis aplikasi seperti KoinWorks menyediakan akses pendanaan dengan proses yang lebih cepat dan fleksibel dibandingkan lembaga keuangan konvensional.

Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi dan akses pasar, tetapi juga mendorong inovasi produk. Interaksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan *platform* lainnya memberikan *feedback* secara *real-time* kepada pelaku usaha (Yulianto, 2024). Hal ini memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan produknya sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih besar.

Pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi memerlukan lebih dari sekadar adopsi teknologi, sehingga diperlukan perubahan paradigma dalam manajemen usaha agar pelaku UMKM mampu mengintegrasikan strategi bisnis tradisional dengan teknologi modern. Dengan pendekatan yang terintegrasi, UMKM tidak hanya dapat menciptakan nilai yang berkelanjutan, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar lokal maupun global.

Digitalisasi yang Inklusif dan Berkelanjutan

Pemerintah memainkan peran penting dalam menciptakan digitalisasi yang inklusif untuk mendukung pelaku UMKM, khususnya di daerah terpencil. Upaya tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh pelaku UMKM, tanpa terkecuali, dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan daya saing di pasar global (Yulianto & Hartono, 2023). Program penyediaan akses internet di daerah terpencil dan pelatihan teknologi berbasis lokal telah dirancang untuk membantu UMKM yang berada di wilayah kurang berkembang. Hal ini juga menjadi bagian dari strategi pemerintah untuk mengurangi kesenjangan digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

Selain inklusivitas, keberlanjutan menjadi aspek yang tidak kalah penting dalam proses digitalisasi UMKM. Salah satu pendekatannya adalah penggunaan teknologi hijau dalam proses produksi. UMKM dapat beralih menggunakan kemasan ramah lingkungan yang tidak hanya menarik bagi konsumen yang peduli lingkungan tetapi juga membantu mengurangi limbah plastik. Penerapan teknologi ramah lingkungan mendukung upaya global untuk menciptakan ekonomi sirkular yang lebih berkelanjutan (Yulianto, 2023).

Digitalisasi yang berkelanjutan juga memerlukan edukasi kepada pelaku UMKM tentang pentingnya integrasi teknologi dalam strategi bisnisnya untuk jangka panjang. Program pelatihan berbasis masyarakat, yang melibatkan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan akademisi, dapat menjadi solusi untuk membangun ekosistem digital yang lebih inklusif (Yulianto & Hartono, 2023). Dengan memberikan pelatihan yang relevan, pelaku UMKM dapat lebih siap mengadopsi teknologi dan menggunakannya secara strategis untuk pertumbuhan usahanya.



Kolaborasi lintas sektor juga sangat diperlukan untuk mendukung pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Pemerintah dapat menyediakan infrastruktur digital yang memadai, seperti jaringan internet yang terjangkau dan stabil, sementara sektor swasta dapat berkontribusi melalui pengembangan aplikasi berbasis lokal yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Akademisi juga berperan dalam menyediakan penelitian dan inovasi yang mendukung proses adopsi teknologi.

Digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, seperti peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional, tetapi juga manfaat sosial (Yulianto, 2024). Dengan memberikan akses yang merata kepada teknologi, lebih banyak individu dan komunitas dapat berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi digital (Yulianto & Iryani, 2018). Hal ini akan membantu menciptakan pemerataan ekonomi dan mengurangi kesenjangan sosial, sehingga menghasilkan manfaat jangka panjang yang positif bagi masyarakat luas.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan UMKM di sektor kuliner, khususnya pada usaha Bakso Booming88 di Makassar. Digitalisasi mempermudah proses pemasaran melalui *platform* media sosial dan aplikasi pengiriman makanan, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Meskipun UMKM di Makassar memiliki peran vital dalam perekonomian nasional dengan kontribusi besar terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja, mereka tetap menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, infrastruktur teknologi yang belum merata, serta kurangnya pelatihan formal dalam adopsi teknologi.

Digitalisasi juga mendorong inovasi produk dan efisiensi operasional UMKM, seperti pengelolaan inventaris dan interaksi langsung dengan pelanggan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM mengandalkan pembelajaran mandiri untuk memanfaatkan teknologi, yang menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan dukungan pelatihan dan program fasilitasi dari pemerintah serta lembaga terkait untuk mendukung transformasi digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur tentang peran digitalisasi dalam memberdayakan UMKM, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini memperkaya wawasan tentang dinamika adaptasi teknologi digital di sektor UMKM. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah, sektor swasta, dan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi digitalisasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya cakupan geografis yang hanya mencakup Makassar dan fokus pada satu subsektor, yaitu kuliner. Selain itu, pengumpulan data yang didasarkan pada wawancara dengan satu objek penelitian membatasi generalisasi hasil kepada UMKM di sektor lain atau wilayah yang berbeda. Pendekatan kualitatif yang digunakan juga memungkinkan adanya bias subjektivitas dalam interpretasi data.



Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, melibatkan berbagai subsektor UMKM, dan menggunakan metode campuran (*mixed-method*) untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, perlu mengeksplorasi peran kolaborasi antara sektor pemerintah, swasta, dan akademisi dalam menciptakan ekosistem digital yang lebih mendukung bagi UMKM. Penelitian longitudinal juga diperlukan untuk melihat dampak jangka panjang dari digitalisasi terhadap pemberdayaan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Kristianto, M., Yulianto, H., & Sumarlin, A. (2021). Analisis Kredit Usaha Rakyat Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Mambi). *Macakka Journal*, 2(3), 9–15.
- Nasution, M. A., & Sipayung, J. S. (2021). Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM dalam Mewujudkan Ekonomi Inklusif di Kota Makassar. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 18(2), 211–223.
- Rahman, A., & Amin, M. (2022). Dampak Digitalisasi terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Kawasan Makassar. *Jurnal Ekonomi Mikro*, 7(4), 119–132.
- Sari, R. M., & Nugroho, A. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(1), 74–85.
- Setiawan, A., & Arief, M. (2022). Pengaruh Digitalisasi terhadap Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 45–59.
- Yahya, S. D., & Yulianto, H. (2019). Pengujian Technology Acceptance Model Pada Mobile Banking Sebagai Determinan Performa UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 8(3), 251–261.
- Yulianto, A., & Hartono, I. (2023). Strategi Pemerintah dalam Mendorong Ekonomi Inklusif melalui UMKM Digital. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 25(1), 44–58.
- Yulianto, H. (2016a). *Statistik 1*. Lembaga Ladang Kata.
- Yulianto, H. (2016b). Telaah Implementasi Petty Cash (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Makassar). *Jurnal Equity*, 10(1), 30–41.
- Yulianto, H. (2017a). Kajian Penerapan Financial Quotient Pada Wirausaha Pemula. *Jurnal Equity*, 12(1), 48–62.
- Yulianto, H. (2017b). Studi Kausalitas Jumlah Uang Beredar, Suku Bunga dan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Equity*, 2(11), 92–108.
- Yulianto, H. (2019). Performance Analysis of Startup Entrepreneurs Programs. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 16(4), 483–492.
- Yulianto, H. (2023). *Manajemen Strategis: Dasar Konsepsi Pada Organisasi Bisnis*. Yudha English Gallery.
- Yulianto, H. (2024). *Manajemen Bisnis Digital: Dasar Konsepsi, Studi Kasus dan Strategi Bisnis*. Sagusatal Indonesia.
- Yulianto, H., & Iryani. (2018). Penilaian Kelayakan Usulan Bantuan Permodalan: Studi Kasus Pada Wirausaha Pemula Di Kota Makassar. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)*, 197–202.