

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

Oleh:

Dina Ainun Nurhayati¹
Rizky Muhammad Ridwan²

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Alamat: JL. Letnan Kolonel H Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota
Bandar Lampung, Lampung (35131).

Korespondensi Penulis: dnaainun@gmail.com, rizkymuhammadridwan98@gmail.com.

Abstract. *This study aims to analyze the political economy of government policies in the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era in Indonesia. Digital transformation is a key driver of economic growth by opening opportunities for MSMEs to expand market access, improve operational efficiency, and strengthen product and marketing innovation. However, the adoption of digital technology in the MSME sector still faces various obstacles, such as limited digital infrastructure, low digital literacy, and difficult access to digital financing. This study uses a qualitative descriptive approach through a literature review to examine the dynamics of policy implementation and the interactions between political, economic, and social actors in the MSME digitalization process. The results show that government programs such as the National Movement for Proudly Made in Indonesia (Gernas BBI) and MSMEs Go Digital have made a positive contribution to increasing MSME competitiveness, but their implementation remains uneven due to regional disparities and bureaucratic constraints. Therefore, more inclusive, data-driven, and adaptive policies are needed to address the real conditions of MSME actors. Strong collaboration between the government, the private sector, and the community is key to creating a sustainable*

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

digital ecosystem, so that MSMEs can play a key role in strengthening national economic independence.

Keywords: *Political Economy, Government Policy, MSMEs, Digitalization, Indonesia.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis ekonomi politik kebijakan pemerintah dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital di Indonesia. Transformasi digital merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi dengan membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat inovasi produk dan pemasaran. Namun, adopsi teknologi digital di sektor UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, dan sulitnya akses pembiayaan digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui tinjauan pustaka untuk mengkaji dinamika implementasi kebijakan dan interaksi antar aktor politik, ekonomi, dan sosial dalam proses digitalisasi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pemerintah seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan UMKM Go Digital telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM, namun implementasinya masih belum merata akibat disparitas wilayah dan kendala birokrasi. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih inklusif, berbasis data, dan adaptif untuk menjawab kondisi riil pelaku UMKM. Kolaborasi yang kuat antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat merupakan kunci terciptanya ekosistem digital yang berkelanjutan, sehingga UMKM dapat berperan penting dalam memperkuat kemandirian ekonomi nasional.

Kata Kunci: Ekonomi Politik, Kebijakan Pemerintah, UMKM, Digitalisasi, Indonesia.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia akan mencapai sekitar 65,46 juta jiwa, berkontribusi 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional (Mustopo, 2022).

Kemajuan era digital telah membawa perubahan signifikan pada cara UMKM menjalankan bisnis. Pemanfaatan teknologi informasi melalui e-commerce, media sosial,

dan platform digital memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi produksi. Namun, proses digitalisasi juga menghadirkan tantangan baru, seperti rendahnya literasi digital, disparitas infrastruktur teknologi, dan dominasi perusahaan besar di ruang digital (Institute for Development of Economics and Finance, 2024).

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai kebijakan untuk mendukung transformasi digital UMKM, termasuk Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan Program UMKM Go Digital, yang dirancang untuk mempercepat digitalisasi dan meningkatkan daya saing UMKM. Namun, implementasi kebijakan-kebijakan ini masih menghadapi kendala di lapangan, seperti disparitas wilayah dan keterbatasan sumber daya manusia (Suhayati, 2023).

Dalam kajian ekonomi politik, kebijakan digitalisasi UMKM dapat dipandang sebagai hasil proses politik yang melibatkan berbagai kepentingan antara pemerintah, sektor swasta, dan publik. David Easton menjelaskan bahwa sistem politik beroperasi melalui mekanisme *input* dan *output*, di mana tuntutan dan dukungan publik (*input*) ditanggapi oleh negara dalam bentuk kebijakan publik (*output*), yang kemudian menghasilkan umpan balik terhadap sistem (Eston, 1965). Dengan demikian, kajian ekonomi politik sektor UMKM di era digital penting untuk mengkaji sejauh mana kebijakan digitalisasi berpihak pada kepentingan rakyat dan mampu mendorong kemandirian ekonomi nasional.

Melalui telaah pustaka yang komprehensif terhadap berbagai literatur kebijakan publik dan studi ekonomi digital, penelitian ini berupaya menganalisis lebih mendalam dinamika kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM digital di Indonesia. Tidak sekadar memetakan strategi transformasi digital pada tataran konseptual, tetapi juga mengkaji tantangan implementasi dan mengidentifikasi peluang pengembangan ekonomi digital yang lebih inklusif. Dengan memahami interaksi kompleks antara kebijakan, teknologi, dan realitas sosial-ekonomi melalui tinjauan literatur yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berarti bagi perumusan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif dan berpihak pada jutaan pelaku UMKM di Indonesia.

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif atau studi pustaka untuk menjelaskan kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia. Pengumpulan data yang digunakan bersumber dari buku, artikel, jurnal, internet, dll. Deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang mengumpulkan informasi berupa data dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber online, untuk meneliti sebuah topik (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya tingkat adopsi teknologi digital. Pemerintah Indonesia telah mengembangkan berbagai kebijakan untuk mendorong transformasi digital UMKM, yang dapat dikaji dari perspektif analisis kebijakan publik (Azzam, 2022). Kebijakan umum yang menjadi dasar pengembangan UMKM digital di Indonesia.

Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan UMKM Digital di Indonesia

Pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai kebijakan untuk mempercepat digitalisasi UMKM, seperti subsidi internet, pelatihan *e-commerce*, dan insentif pajak bagi usaha yang terdigitalisasi. Menurut studi oleh (Santoso & Wicaksono, 2021), sekitar 65% UMKM yang mengikuti program digitalisasi pemerintah mengalami peningkatan produktivitas. Sebagian besar informan mengakui bahwa program digitalisasi UMKM yang dicanangkan pemerintah cukup membantu. Misalnya, program pelatihan digital dari Kementerian Koperasi dan UKM. Berdasarkan wawancara informan A Pelaku UMKM yang menyatakan “Setelah ikut pelatihan, saya jadi paham cara membuat foto produk yang lebih menarik”. Ini menunjukkan bahwa kebijakan yang diterapkan cukup efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Namun, efektivitas kebijakan ini masih perlu ditingkatkan. Menurut penelitian oleh Wijayanti, banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengakses program bantuan digital akibat kurangnya informasi dan kompleksitas administrasi di lain pihak

peneliti wawancara informan B yang menyatakan, “Informasi soal bantuan dan pelatihan sering kali tidak sampai ke kami yang ada di daerah”. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan aksesibilitas program perlu ditingkatkan agar lebih banyak UMKM yang dapat memanfaatkannya (Salkiah & Putra, 2025).

Strategi Transformasi Digital UMKM di Indonesia

Transformasi digital merupakan proses mendasar dalam mentransformasi model bisnis UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi, inovasi, dan jangkauan pasar. Strategi yang diterapkan harus adaptif terhadap kondisi UMKM yang beragam, dari sisi ukuran, sektor, hingga lokasi geografis (Mutiarar Rakista & Anggi Permata Karismatika, 2024). Berikut beberapa strategi:

Pertama, penyediaan Infrastruktur Digital. Strategi ini adalah untuk memperluas jaringan internet ke seluruh pelosok Indonesia melalui program seperti Palapa Ring. Infrastruktur menjadi dasar penting agar UMKM, khususnya di pedesaan dan daerah 3T, dapat mengakses dan memanfaatkan layanan digital.

Kedua, peningkatan Literasi Digital. Pemerintah melalui Kominfo dan BSSN menjalankan program literasi digital untuk membekali UMKM dengan pemahaman dasar-dasar digital seperti keamanan siber, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta penggunaan aplikasi POS (Point of Sales) dan CRM (*Customer Relationship Management*).

Ketiga, integrasi dengan Platform Digital dan *E-commerce*. Melalui kolaborasi dengan *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya, pemerintah memfasilitasi UMKM agar dapat terhubung dengan ekosistem digital. Dikeluarkannya Sertifikasi UMKM Go Digital menjadi langkah strategis untuk membangun kepercayaan konsumen dan pasar.

Keempat, digitalisasi Pembiayaan dan Sistem Pembayaran. Strategi transformasi juga mencakup digitalisasi dalam pembiayaan melalui fintech dan layanan perbankan digital. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) kini diintegrasikan dengan sistem online yang mempermudah akses pembiayaan oleh UMKM. Bank Indonesia juga mendorong penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang mudah dan murah.

Kelima, regulasi dan insentif. Melalui regulasi seperti Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 3 Tahun 2021 tentang Pengembangan dan Perlindungan UMKM,

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

pemerintah memberikan dorongan atau penghargaan kepada pelaku usaha yang menerapkan teknologi dalam usahanya. Penghargaan bisa berupa potongan pajak, subsidi pelatihan, hingga pendampingan transformasi digital.

Keenam, kolaborasi Multistakeholder. Transformasi digital tidak semata-mata menjadi kewajiban pemerintah, melainkan juga mengikutsertakan sektor swasta, akademisi, dan masyarakat sipil. Program seperti Startup 4 Industry dan 100 Smart City mengajak pelaku teknologi untuk menyediakan solusi digital yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

Strategi transformasi digital UMKM harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas masing-masing pelaku usaha. Model *one-size-fits-all* kurang efektif. Oleh karena itu, perlu pendekatan berbasis segmentasi (misalnya digitalisasi UMKM manufaktur berbeda dari kuliner atau jasa). Pemerintah juga perlu membangun sistem evaluasi berbasis data untuk menilai keberhasilan strategi ini dan menyesuaikannya secara berkala (Sulistyo Budi Utomo et al., 2024).

Tantangan dalam Pengembangan Ekonomi Digital

1. Kesenjangan Infrastruktur Digital

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan ekonomi digital, khususnya bagi UMKM di Indonesia, adalah kesenjangan infrastruktur digital antarwilayah. Meskipun penetrasi internet nasional terus meningkat, masih terdapat ketimpangan signifikan antara wilayah perkotaan dan pedesaan, terutama di Indonesia Timur. Ketersediaan akses internet cepat dan stabil menjadi prasyarat mutlak agar UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, transaksi, maupun pengelolaan usaha. Tanpa infrastruktur yang memadai, UMKM di wilayah terpinggirkan berisiko tertinggal dalam transformasi digital. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah harus fokus tidak hanya pada pembangunan infrastruktur fisik seperti Palapa Ring, tetapi juga pada pemerataan akses internet dan peningkatan kualitas jaringan hingga ke pelosok desa.

2. Literasi Digital yang Rendah

Tantangan kedua yang signifikan adalah rendahnya tingkat literasi digital pada sektor pelaku UMKM, terutama yang tergolong mikro atau kecil. Sejumlah pelaku UMKM yang belum memahami secara optimal bagaimana memanfaatkan teknologi

digital untuk menunjang bisnis, seperti menggunakan *e-commerce*, digital *marketing*, atau aplikasi akuntansi berbasis *cloud*. Kebanyakan dari mereka masih beroperasi secara konvensional dan belum memiliki kesadaran akan potensi perluasan pasar melalui platform digital. Tanpa keterampilan dasar dalam menggunakan teknologi, pelaku UMKM sulit untuk beradaptasi dengan ekosistem ekonomi digital yang dinamis. Kebijakan pelatihan dan pendampingan yang intensif menjadi sangat penting agar pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas digitalnya.

3. Akses Terbatas terhadap Permodalan Digital

Dalam konteks ekonomi digital, akses permodalan menjadi tantangan klasik yang tetap relevan. Meski teknologi finansial (*fintech*) telah memperluas skema pembiayaan alternatif, tidak semua UMKM bisa memanfaatkan layanan tersebut. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki rekam jejak kredit yang terdigitalisasi atau tidak memenuhi persyaratan administratif *fintech lending*. Selain itu, kurangnya pemahaman terhadap produk-produk keuangan digital juga menjadi penghalang. Kebijakan yang mendorong inklusi keuangan digital, termasuk penyederhanaan akses dan edukasi produk keuangan digital bagi UMKM, sangat diperlukan untuk mengatasi hambatan ini. Tanpa akses modal yang cukup, UMKM kesulitan melakukan digitalisasi proses bisnis maupun memperluas skala usahanya.

4. Tingginya Persaingan di Pasar Digital

Ekonomi digital membuka akses pasar yang luas, namun sekaligus mempertemukan UMKM dengan kompetitor besar, baik dalam negeri maupun luar negeri. *E-commerce* yang bersifat terbuka memungkinkan produk luar negeri masuk dengan mudah, seringkali dengan harga yang kompetitif. UMKM lokal yang belum memiliki efisiensi produksi atau kapasitas skala besar berisiko kalah bersaing. Tantangan ini menuntut kebijakan perlindungan dan pemberdayaan UMKM agar tetap bisa eksis dalam pasar digital yang kompetitif. Misalnya, pemerintah perlu memberikan insentif bagi UMKM lokal, memperkuat *branding* produk dalam negeri, serta mengembangkan ekosistem digital yang adil dan berpihak pada pelaku usaha kecil.

5. Keamanan Data dan Kepercayaan Konsumen

Tantangan berikutnya adalah isu keamanan data dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan sistem

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

keamanan siber yang memadai, sehingga mereka rentan terhadap serangan siber, pencurian data, maupun penipuan online. Kepercayaan konsumen sangat bergantung pada jaminan keamanan data pribadi dan keamanan transaksi. Oleh karena itu, kebijakan yang mendorong peningkatan keamanan siber di sektor UMKM, termasuk penyediaan panduan dan aplikasi pengamanan sederhana, sangat dibutuhkan. Selain itu, sosialisasi regulasi perlindungan data pribadi yang baru (UU PDP) harus dilakukan secara intensif agar pelaku UMKM memahami tanggung jawab dan kewajiban mereka.

Peluang dalam Ekonomi Digital di Indonesia

Ekonomi digital Indonesia saat ini mengalami transformasi besar karena pertumbuhannya yang cepat. Ini didorong oleh peningkatan penggunaan teknologi, peningkatan internet, dan dukungan penuh pemerintah. Ekonomi digital Indonesia sekarang menjadi yang terbesar di Asia Tenggara, diprediksi akan memberikan dampak senilai 150 miliar dolar Amerika Serikat (AS) hingga 2025 serta menciptakan tambahan lapangan pekerjaan bagi 3,7 juta orang. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia didorong oleh meningkatnya penggunaan internet secara luas. Saat ini, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia telah mencapai 345,3 juta, setara dengan 125,6% dari total populasi. Selain itu, sekitar 73,7% penduduk menggunakan internet, dengan trafik internet yang tumbuh antara 15 hingga 20%. Semakin mudahnya mendapatkan akses ke internet saat ini membuat setiap masyarakat Indonesia memperoleh peluang yang setara untuk menjalankan bisnis online. Populasi yang besar di Indonesia akan memacu perkembangan ekonomi digital negara tersebut.

Sektor-sektor utama seperti *e-commerce*, transportasi online, dan lainnya menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi digital, yang membuka peluang baru bagi pengusaha dan startup. Platform seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, dan Ruangguru telah mengubah cara orang membeli barang, bertransaksi, dan mendapatkan layanan. Mereka juga telah menciptakan lapangan kerja baru dan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) naik kelas secara digital. Selain itu, pemerintah aktif mendorong perkembangan ini melalui berbagai program, seperti mengatur kebijakan seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik hal ini dapat menciptakan kepastian hukum dalam transaksi ekonomi digital untuk melindungi konsumen dan

pelaku usaha. Ada juga Pembangunan Proyek Palapa Ring (PARING) bertujuan menyediakan infrastruktur telekomunikasi yang mendukung, sehingga menciptakan koneksi jaringan sinyal telekomunikasi yang lancar dan tanpa hambatan di seluruh wilayah Indonesia. Di Indonesia, ada banyak peluang untuk kemajuan ekonomi digital yang akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi serta mempercepat perputaran keuangan dan pemerataan pembangunan ekonomi.

Peran Pemerintah terhadap Perkembangan Ekonomi Digital

Pemerintah Indonesia menempatkan transformasi digital sebagai prioritas utama dalam pembangunan nasional. Infrastruktur digital merupakan fondasi utama dalam pengembangan ekonomi digital. Pemerintah melalui Kominfo telah membangun proyek Palapa Ring dan memperluas jaringan fiber optik ke wilayah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar). Dengan tujuan membangun jaringan serat optik (*backbone*) yang menghubungkan seluruh wilayah Indonesia, Palapa Ring, sebuah proyek yang menghubungkan seluruh wilayah Indonesia terdiri dari tiga paket utama yaitu Palapa Ring Barat, Tengah, dan Timur, memiliki panjang jaringan lebih dari 12.000 kilometer. Tujuan Palapa Ring adalah untuk mempercepat pemerataan akses internet, mengurangi kesenjangan digital, dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, dan layanan publik. Dengan hadirnya proyek ini, orang-orang di daerah terpencil sekarang memiliki akses internet yang lebih cepat, stabil, dan terjangkau. Selain itu, infrastruktur seperti Palapa Ring mendorong pertumbuhan ekonomi digital di seluruh negeri.

Pemerintah aktif mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beralih ke platform digital. Salah satu upaya tersebut adalah melalui Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diluncurkan pada tahun 2020, pemerintah memulai Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) pada tahun 2020 yang memiliki tujuan untuk mendorong masyarakat untuk mencintai, membeli, dan menggunakan produk lokal sekaligus mempercepat digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di seluruh Indonesia. Program ini melibatkan kerja sama antara pemerintah pusat dan daerah, BUMN, dan sektor swasta untuk membantu UMKM masuk ke platform digital, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas pasar mereka secara nasional.

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

Agar tercipta ekosistem digital yang aman dan sehat dibutuhkan regulasi dari pemerintah yang telah diterbitkan dan berbagai kebijakan, antara lain (Hapiz et al., 2025):

1. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE): mengatur transaksi elektronik dan perlindungan konsumen digital.
2. Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP): memberikan perlindungan terhadap data pengguna dan privasi digital.
3. Peraturan Bank Indonesia dan OJK terkait fintech dan dompet digital: mengatur sistem pembayaran dan layanan keuangan berbasis teknologi.

Kebijakan ini bertujuan menjaga keamanan, kepercayaan konsumen, serta meningkatkan tata kelola industri digital di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penguatan daya saing sektor UMKM di Indonesia. Pemanfaatan teknologi digital membantu pelaku usaha kecil dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendorong inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis data. Namun, transformasi digital ini belum sepenuhnya berjalan merata karena masih terdapat berbagai hambatan seperti keterbatasan infrastruktur digital di wilayah pedesaan, rendahnya tingkat literasi digital pelaku UMKM, serta kendala permodalan untuk investasi teknologi seperti sistem pembayaran digital, perangkat lunak manajemen usaha, dan strategi pemasaran daring. Di sisi lain, kompleksitas regulasi dan birokrasi juga masih menjadi tantangan yang dapat memperlambat proses adopsi teknologi di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah.

Oleh karena itu, kebijakan pemerintah perlu diarahkan secara lebih inklusif dan berbasis kebutuhan nyata pelaku UMKM agar transformasi digital dapat berjalan efektif dan berkelanjutan. Pendekatan berbasis kebutuhan ini mencakup penyediaan pelatihan digital yang aplikatif dan mudah diakses, pemberian insentif bagi UMKM yang melakukan transformasi digital, serta penyederhanaan regulasi agar lebih ramah terhadap inovasi. Selain itu, pemerintah bersama sektor swasta perlu memperkuat kolaborasi dalam menciptakan ekosistem digital yang mendukung, seperti pengembangan infrastruktur internet di daerah tertinggal dan penyediaan platform yang memfasilitasi pemasaran produk lokal. Evaluasi berkala terhadap kebijakan digitalisasi juga penting dilakukan

untuk memastikan efektivitas program serta kesesuaian dengan kondisi riil pelaku usaha. Dengan adanya kebijakan yang adaptif, berbasis data, dan berpihak pada rakyat kecil, maka UMKM Indonesia dapat tumbuh lebih mandiri, berdaya saing tinggi, serta menjadi pilar utama dalam mewujudkan kemandirian ekonomi nasional di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Azzam, A. A. (2022). Analisis Kebijakan Kewirausahaan Nasional Di Metaverse. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.25077/jakp.7.1.1-13.2022>
- Eston, D. (1965). *A System Analysis of Political Life*. University of Chicago.
- Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Hilman Maulana, M., & Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>
- Institute for Development of Economics and Finance. (2024). Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia (Laporan Final). *Indef*.
- Mustopo, B. (2022). Transformasi Digital Jadi Kunci Resiliensi UMKM. *Kemenkopukm*, 1–28. https://jdih.kominfo.go.id/monografi_hukum/monografi/t/majalah/34
- Mutiara Rakista, P., & Anggi Permata Karismatika. (2024). Analisis Kebijakan Pengembangan Usaha Mikro Pada Pelaksana UMKM di Mambo Kuliner Nite Tasikmalaya. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 19(1), 103–112. <https://doi.org/10.47441/jkp.v19i1.363>
- Salkiah, B., & Putra, P. (2025). Analisis Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dalam Mendorong Digitalisasi dan Daya Saing UMKM. *Economica Insight*, 1(2), 52–58. <https://doi.org/10.71094/ecoin.v1i2.101>
- Santoso, A., & Wicaksono, B. (2021). Peran teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 6(3), 98–112.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhayati, M. (2023). Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Pusaka*, 15(24), 16–20.

ANALISIS EKONOMI POLITIK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM PADA ERA DIGITAL DI INDONESIA

Sulistyo Budi Utomo, Yenik Pujowati, & Eva Yuniarti Utami. (2024). Analisis Kebijakan Pemerintah, Bantuan Modal, dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pertumbuhan Bisnis pada Komunitas UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 2(02), 146–156.