

Peran Negara dalam Mendukung UMKM Melalui Akses Permodalan dan Digitalisasi (Studi Kasus pada Program KUR)

Femas Yuanda^a, Kristober Sitompul^b, Siti Syuhada^c, Siti Rauda^d, Zulpiani^e, Zubaidah^f

^{a b c d f} Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

ARTICLE HISTORY

Submitted: June 12, 2025

Reviewed: July 03, 2025

Accepted: December 31, 2025

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of Indonesia's economy, contributing significantly to GDP and employment. However, they face challenges in accessing formal financing, particularly through the People's Business Credit (KUR), due to limited legality, poor financial records, and low financial and digital literacy. This study analyzes the government's role in supporting MSMEs through financing access and digital transformation, using a qualitative descriptive approach involving interviews, observations, and documentation with MSMEs and Bank BRI in Mendalo Darat, Muaro Jambi. Findings show most MSMEs struggle to access KUR due to administrative barriers and limited guidance. Digitalization offers a strategic alternative, though hindered by limited access and skills. Government initiatives such as digital training, OSS, and financing support are essential in boosting MSME competitiveness. The study concludes that synergy between financing and digitalization policies is crucial for inclusive, sustainable MSME growth.

KEYWORDS

MSMEs, People's Business Credit, Digitalization

1. Pendahuluan

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional karena memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data (KADIN INDONESIA, 2023), kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai sekitar 61% atau setara Rp9.580 triliun, serta menyerap 117 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Jumlah pelaku UMKM sendiri mencapai lebih dari 66 juta, atau sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia. Hal ini menunjukkan peran vital UMKM dalam mendukung ketahanan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Namun, di balik kontribusi besar tersebut, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan

mendasar, terutama dalam hal akses terhadap permodalan. Banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan saat mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan formal karena tidak mampu memenuhi persyaratan administratif dan agunan. Situasi ini semakin diperparah dengan minimnya legalitas usaha, seperti belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), serta lemahnya pencatatan laporan keuangan yang menyebabkan lembaga keuangan sulit menilai kelayakan usaha mereka.

Selain hambatan administratif, rendahnya literasi keuangan juga menjadi masalah serius. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan sederhana. (Manajemen & Pertiwi, 2025) menyebutkan bahwa, “Kurangnya transparansi laporan keuangan, persyaratan agunan yang ketat, serta rendahnya literasi keuangan menjadi faktor utama yang menghambat UMKM dalam memperoleh pembiayaan.” Akibatnya, sebagian pelaku usaha kecil memilih pinjaman dari sumber informal dengan bunga tinggi yang berisiko menjerat mereka dalam jeratan utang yang berkepanjangan.

Di sisi lain, tantangan serius lainnya yang dihadapi UMKM adalah rendahnya tingkat adopsi teknologi digital. Di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat, pelaku usaha dituntut untuk mampu memasarkan dan mendistribusikan produk melalui berbagai platform daring seperti ShopeeFood, Tokopedia, GrabFood, Instagram, dan TikTok. Namun, masih banyak UMKM yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan digital yang memadai.

Padahal, digitalisasi tidak hanya penting untuk pemasaran, tetapi juga untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM, seperti pencatatan keuangan, pengelolaan stok, hingga pengajuan pinjaman berbasis data digital. Digitalisasi dapat menjadi jembatan penting bagi UMKM dalam meningkatkan kredibilitas usahanya agar lebih mudah memperoleh permodalan dari lembaga formal seperti perbankan. Menurut Pratamansyah (2024), “Ketiadaan inovasi digital membuat UMKM menjadi tidak kompetitif, terutama saat pola konsumsi masyarakat telah bergeser ke platform digital.”Melihat kompleksitas tantangan tersebut, peran negara menjadi sangat krusial. Pemerintah tidak hanya bertugas sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator, pendamping, dan akselerator bagi perkembangan UMKM. Salah satu bentuk dukungan negara adalah melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang menawarkan pembiayaan berbunga rendah untuk UMKM. Namun, efektivitas program ini perlu ditingkatkan melalui sinergi dengan kebijakan pendukung seperti pelatihan legalitas usaha dan literasi digital.

Dengan memperkuat peran negara dalam mendampingi dan memfasilitasi UMKM baik dari sisi pembiayaan seperti KUR maupun dari sisi transformasi digital diharapkan pelaku usaha kecil dapat menjadi lebih mandiri, kompetitif, dan berkelanjutan di era ekonomi digital. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan peran strategis pemerintah dalam mendukung UMKM melalui penyediaan akses permodalan dan pelatihan digital, mengidentifikasi berbagai tantangan yang mereka hadapi, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik analisis tematik. Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman serta pihak Bank BRI sebagai lembaga penyalur modal, yang berlokasi di Mendalo Darat, Kabupaten Muaro Jambi. Pemilihan subjek didasarkan pada relevansi UMKM dalam sektor tersebut dan peran strategis Bank BRI dalam pendampingan serta pembiayaan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi aktivitas usaha serta interaksi dengan lembaga pendukung. Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara dan lembar observasi yang difokuskan pada akses permodalan, pengalaman bantuan pemerintah, dan literasi digital pelaku usaha. Analisis data dilakukan secara induktif menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, isu utama, dan temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, wawancara dengan beberapa UMKM yang bergerak diberbagai sektor baik itu makanan, fashion, dan kerajinan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum berhasil mengakses program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Penyebab utamanya adalah belum terpenuhinya syarat administratif seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), legalitas usaha, dan pencatatan keuangan. Banyak UMKM yang masih berjalan secara informal dan tidak memiliki pembukuan yang rapi, sehingga dinilai tidak layak kredit oleh lembaga keuangan formal.

Lebih lanjut, rendahnya literasi keuangan dan kurangnya informasi tentang proses pengajuan KUR menyebabkan banyak pelaku usaha enggan atau tidak tahu cara memanfaatkan program ini. Tidak sedikit UMKM yang takut terhadap risiko gagal bayar dan tidak memahami keunggulan suku bunga rendah dari program KUR Mikro.

Dari sisi lembaga penyalur, hasil wawancara dengan pihak bank, dalam hal ini Bank BRI, menunjukkan bahwa bank juga harus melakukan evaluasi risiko secara ketat sesuai regulasi yang berlaku. Oleh karena itu, tidak semua UMKM bisa diterima sebagai debitur. BRI menjadi bank utama penyalur Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk membantu UMKM di Indonesia. Sampai April 2025, BRI sudah menyalurkan Rp 54,9 triliun kepada 1,25 juta pelaku UMKM, terutama di sektor produksi dan pertanian. Tidak hanya memberikan pinjaman, BRI juga mendampingi UMKM melalui pelatihan, sosialisasi, dan program seperti Desa Brilian dan Klasterku Hidupku, termasuk untuk UMKM di daerah terpencil. Edukasi diberikan sebelum dan sesudah pencairan KUR agar usaha bisa berjalan lebih baik. Namun demikian, narasumber juga mengatakan bahwa BRI menghadapi tantangan seperti persyaratan administrasi yang sulit dipenuhi oleh sebagian UMKM, risiko kredit macet, dan hambatan teknis akibat migrasi sistem data ke SLIK OJK. Untuk mengatasi ini, BRI terus menyederhanakan proses, memberikan layanan konsultasi, dan memperluas akses informasi. Dampak KUR terbukti positif karena membantu UMKM menambah modal, memperbesar usaha, menambah pendapatan, dan membuka lapangan kerja.

Merujuk pada data makro, menurut Kementerian Koperasi dan UKM, hingga akhir 2024,

realisasi penyaluran KUR mencapai Rp260,26 triliun dan disalurkan kepada 4,64 juta debitur. Namun, angka ini tidak mencapai target penyaluran KUR pada 2023 yang ditetapkan sebesar Rp285 triliun (Pasardana, 2024).



Gambar 1. Target Penyaluran KUR 2020-2024

Jika kita melihat tren penyaluran KUR, grafik menunjukkan kenaikan target dari tahun 2020 hingga 2024, yakni dari Rp190 triliun menjadi Rp325 triliun. Peningkatan ini mencerminkan komitmen pemerintah untuk memperluas akses pembiayaan bagi UMKM. Meskipun demikian, target yang terus naik tidak selalu diikuti oleh capaian realisasi yang optimal. Contohnya pada tahun 2023, realisasi hanya mencapai Rp260,26 triliun dari target Rp285 triliun. Hal ini menunjukkan masih adanya tantangan dalam menyalurkan kredit kepada pelaku usaha yang belum sepenuhnya memenuhi syarat administratif.

Di sisi lain, hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM juga mengungkapkan bahwa mereka mulai menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk mereka dengan cepat. Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa banyak pelaku UMKM sekarang menggunakan platform digital seperti media sosial dan toko online. Mereka merasa cara ini lebih cepat dan mudah karena bisa menjangkau banyak orang tanpa harus keluar banyak biaya. Selain itu, mereka juga bisa berkomunikasi langsung dengan pembeli dan mempermudah proses jual beli. Platform digital juga mendorong mereka untuk lebih kreatif dalam membuat promosi agar usahanya makin dikenal.

Temuan lainnya menunjukkan bahwa banyak UMKM telah memanfaatkan platform digital seperti media sosial (Instagram, TikTok) dan *marketplace* (Shopee, Tokopedia) secara mandiri untuk meningkatkan kinerja usaha mereka.

Secara umum, digitalisasi memberi dampak positif terhadap jangkauan pasar, efisiensi transaksi, dan kelangsungan operasional usaha. UMKM yang menggunakan sistem pre-order dan layanan pesan antar seperti GoFood dan GrabFood dapat menjaga arus kas harian, sehingga mengurangi kebutuhan modal kerja. Namun demikian, pelaku usaha masih menghadapi kendala teknis seperti keterbatasan literasi digital dan akses ke teknologi penunjang, terutama di daerah pedesaan.

Sejalan dengan temuan tersebut, pemerintah juga menggalakkan digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan target 30 juta pengusaha UMKM beralih ke ranah digital pada 2024. Hingga awal Desember 2023, jumlah pelaku UMKM di ekosistem digital tercatat sebanyak

27 juta (Monika Suhayati, 2023). Laporan Google & Temasek (*e-Conomy SEA 2023*) mencatat bahwa UMKM digital menunjukkan daya tahan yang lebih tinggi selama pandemi dan memiliki tingkat pertumbuhan omzet yang lebih stabil dibandingkan UMKM konvensional.

Menariknya, dari hasil wawancara ditemukan bahwa karena sulitnya mengakses modal, banyak pelaku UMKM mengandalkan digitalisasi untuk bertahan. Melalui strategi seperti penjualan daring, promosi langsung melalui media sosial, dan sistem *pre-order*, pelaku usaha memutar modal usaha secara langsung dari pelanggan tanpa intervensi lembaga keuangan. Hal ini menjadikan digitalisasi sebagai solusi permodalan informal yang cepat, fleksibel, dan langsung berdampak pada pendapatan harian.

Meskipun digitalisasi membantu operasional jangka pendek, sebagian pelaku usaha menyadari bahwa untuk bisa tumbuh ke skala produksi atau distribusi yang lebih besar, tetap diperlukan akses ke modal eksternal, baik dari bank maupun investor. Menariknya, aktivitas digital yang terekam rapi mulai dipertimbangkan sebagai bagian dari credit scoring alternatif oleh beberapa lembaga keuangan.

Sebagai penulis, kami menyimpulkan bahwa program permodalan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan dorongan terhadap digitalisasi sangat membantu UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah berbagai tantangan. Namun, pelaksanaan di lapangan masih menghadapi hambatan, terutama dalam hal pemenuhan syarat administratif, rendahnya literasi keuangan dan digital, serta minimnya pendampingan dari pihak terkait. Digitalisasi terbukti menjadi solusi cepat dan fleksibel bagi pelaku usaha, tetapi tetap membutuhkan dukungan kebijakan dan infrastruktur yang memadai agar manfaatnya bisa dirasakan secara merata. Dengan kolaborasi yang kuat antara program pembiayaan dan digitalisasi, kami percaya UMKM akan mampu tumbuh lebih inklusif dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Sebagai kelanjutan dari bagian ini, pada pembahasan berikutnya kami akan menguraikan lebih dalam tiga poin utama dari temuan lapangan, yaitu: banyak UMKM belum memanfaatkan KUR karena kendala administratif dan legalitas usaha, pemanfaatan platform digital menjadi strategi penting UMKM untuk bertahan dan berkembang, serta digitalisasi sebagai alternatif strategis bagi UMKM yang terkendala akses permodalan.

3.1 Banyak UMKM Belum Memanfaatkan KUR karena Kendala Administratif dan Legalitas Usaha

Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pembiayaan dari Pemerintah Indonesia yang telah diluncurkan sejak tahun 2007 dan ditujukan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini dirancang untuk memberikan akses modal kerja dan pembiayaan investasi dengan bunga rendah dan syarat jaminan yang ringan. Tujuannya adalah agar UMKM dapat berkembang, meningkatkan produktivitas, daya saing, memperluas pasar, serta menyerap tenaga kerja lebih luas, sehingga secara keseluruhan turut mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan Masyarakat.

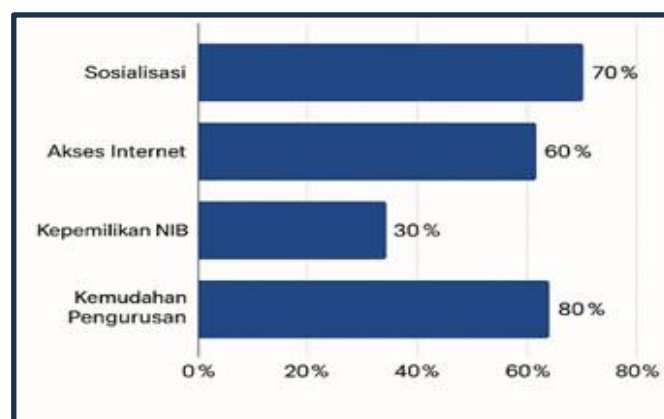
Berdasarkan data resmi dari DPR RI, penyaluran KUR sepanjang tahun 2023 mencapai Rp 255,8 triliun dengan jumlah penerima manfaat sebanyak 4,57 juta debitur. Dari jumlah tersebut, Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi penyalur terbesar, yaitu sebesar Rp 163,3 triliun kepada 3,5 juta debitur

(Monika Suhayati, 2023). Namun, masih banyak pelaku UMKM, khususnya yang berada di kategori mikro dan ultra mikro, belum dapat mengakses program ini. Sebagian besar dari mereka masih bergantung pada sumber pembiayaan non-formal, seperti pinjaman dari keluarga atau rentenir, karena belum memiliki akses terhadap lembaga keuangan formal. Penelitian menunjukkan bahwa hanya sekitar 17% pelaku UMKM yang pernah mengajukan atau menerima bantuan dari pemerintah, termasuk KUR. Salah satu penyebab utamanya adalah ketidaktahuan terhadap keberadaan program KUR.

Kendala utama yang dihadapi UMKM dalam mengakses KUR berkaitan dengan aspek administratif dan legalitas usaha. Banyak pelaku usaha belum memiliki izin resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Mereka juga umumnya belum memiliki pembukuan yang teratur, laporan keuangan, atau dokumen pendukung lainnya seperti NPWP. Literasi keuangan yang rendah memperburuk kondisi ini, karena pelaku UMKM sering kali tidak memahami prosedur dan persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengajukan KUR melalui lembaga perbankan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jambi, terdapat lebih dari 60.000 pelaku UMKM di wilayah tersebut, tetapi hanya sekitar 6.000 UMKM atau sekitar 10% yang telah memiliki legalitas usaha resmi seperti NIB dan PIRT. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha masih belum memiliki legalitas yang diperlukan untuk mengakses pembiayaan formal.

Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya proses legalisasi dan perizinan usaha. Selain keterbatasan pemahaman, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi kendala. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki tenaga kerja atau pengetahuan untuk menyusun dokumen-dokumen administratif secara mandiri. Kurangnya sosialisasi dan pelatihan dari pemerintah atau lembaga terkait memperparah keadaan, sehingga pelaku UMKM enggan atau tidak mampu melegalkan usahanya. Faktor lain seperti ketidakpercayaan terhadap sistem birokrasi dan perizinan juga menjadi alasan mengapa mereka tidak mengurus legalitas usaha.

Pemerintah sebenarnya telah mengupayakan solusi melalui sistem digitalisasi proses perizinan melalui platform *Online Single Submission (OSS)*. Sistem ini, yang mulai diperkenalkan pada tahun 2018, dirancang untuk mempermudah proses perizinan usaha secara daring dalam satu sistem terpadu yang efisien, transparan, dan mudah diakses.



Gambar 2. Pengaruh Sosialisasi dan Akses terhadap Penggunaan OSS untuk Pengurusan NIB UMKM di Daerah.

OSS memungkinkan pelaku usaha untuk memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan berbagai

jenis perizinan lainnya dalam waktu yang relatif singkat. Namun, penerapannya di lapangan masih menghadapi banyak kendala, terutama di daerah pedesaan atau wilayah yang akses internetnya terbatas.

Perbedaan biaya antara pembiayaan formal melalui KUR dan pembiayaan informal menjadi alasan penting mengapa perluasan akses terhadap KUR harus segera ditingkatkan. Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Bengkulu, bunga pinjaman informal dari rentenir bisa mencapai 10 hingga 20 persen per bulan, sedangkan bunga KUR hanya sebesar 6 persen per tahun sesuai kebijakan pemerintah yang berlaku sejak 1 Januari 2020. Artinya, beban bunga dari pinjaman informal bisa mencapai lebih dari 40 kali lipat dibandingkan dengan KUR. Hal ini memperlihatkan bahwa tanpa akses ke pembiayaan formal, pelaku UMKM berisiko terjatuh pada pinjaman yang sangat membebani secara ekonomi. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan profitabilitas dan efisiensi usaha.

Dengan demikian, meskipun KUR telah tersedia sebagai solusi pembiayaan murah dan terjangkau, masih banyak pelaku UMKM, khususnya yang berskala mikro dan ultra mikro, yang belum bisa mengakses program ini akibat kendala administratif dan minimnya legalitas usaha. Oleh karena itu, perlu ada sinergi antara pemerintah pusat, daerah, dan lembaga keuangan untuk memperluas jangkauan informasi, menyediakan pendampingan yang intensif, serta memperbaiki infrastruktur digital agar seluruh pelaku UMKM dapat memanfaatkan program KUR secara maksimal untuk mendukung pertumbuhan usaha mereka.

3.2 Pemanfaatan Platform Digital Menjadi Strategi Penting UMKM untuk Bertahan dan Berkembang

Berdasarkan observasi lapangan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner, fashion, dan kerajinan tangan, seperti usaha jus buah, toko kelontong, buket, konveksi, serta wawancara dengan pihak penyalur seperti Bank BRI, terlihat bahwa pemanfaatan platform digital menjadi strategi utama untuk bertahan di tengah tantangan ekonomi dan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

1) Adaptasi UMKM Terhadap Digitalisasi

Berdasarkan observasi lapangan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner, fashion, dan kerajinan tangan seperti usaha jus buah, toko kelontong, buket, dan konveksi serta wawancara dengan pihak penyalur seperti Bank BRI, terlihat bahwa pemanfaatan platform digital menjadi strategi utama untuk bertahan di tengah tantangan ekonomi dan meningkatnya persaingan pasar.

Dalam beberapa tahun terakhir, pola konsumsi masyarakat Indonesia mengalami pergeseran ke arah digital. Konsumen semakin banyak berbelanja melalui marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, maupun media sosial seperti Instagram dan TikTok yang kini juga berfungsi sebagai etalase produk. Tren ini didorong oleh kemudahan akses, ragam pilihan produk, dan sistem pembayaran yang praktis. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM dapat mempertahankan eksistensi dan memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan data terbaru, transaksi *e-commerce* di Indonesia tumbuh sekitar 20% setiap tahunnya dan mencapai Rp 500 triliun pada tahun 2023, menunjukkan potensi pasar yang besar bagi pelaku usaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi.

UMKM yang mampu bertahan dan berkembang menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi

terhadap teknologi, khususnya dalam memanfaatkan berbagai platform digital. Mereka mulai mengadopsi *marketplace*, media sosial, serta layanan pesan antar seperti Gojek dan Grab. Tidak hanya itu, aplikasi kasir digital, sistem manajemen stok online, dan pembayaran non-tunai seperti *QRIS* dan *e-wallet* turut meningkatkan efisiensi operasional dan kemudahan transaksi. Jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas secara geografis kini meluas hingga ke luar kota dan provinsi.

Platform digital juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif Pelaku UMKM yang aktif menggunakan media sosial untuk menampilkan produk dan berinteraksi dengan pelanggan terbukti mengalami peningkatan visibilitas dan permintaan pasar. Media sosial memungkinkan penciptaan konten promosi yang menarik dan konsisten, sekaligus membangun kedekatan emosional dengan konsumen.

Hasil observasi terhadap UMKM seperti usaha jus buah, toko kelontong, buket, dan konveksi menunjukkan bahwa mereka awalnya hanya mengandalkan penjualan konvensional. Namun, seiring meningkatnya tantangan ekonomi, mereka mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi. Dalam waktu tiga bulan, strategi digital ini meningkatkan penjualan hingga 30%. Usaha buket dan konveksi secara aktif menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp Business*, sedangkan usaha jus buah telah mengintegrasikan layanan pesan antar online untuk menjangkau pelanggan lokal secara lebih efisien.

2) Dukungan pemerintah terhadap digitalisasi UMKM

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Koperasi dan UKM, telah meluncurkan berbagai program untuk mendorong digitalisasi UMKM sebagai strategi menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan pasar. Program-program tersebut mencakup pelatihan digital marketing, pendampingan masuk ke marketplace populer, serta kampanye nasional seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang bertujuan mempromosikan produk lokal dan memperkuat ekosistem digital UMKM. Pada tahun 2023, sekitar 100.000 pelaku UMKM telah mengikuti pelatihan penggunaan teknologi digital dan pemasaran digital sebagai bagian dari upaya peningkatan kapasitas dan literasi digital.

Hasil observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan dampak nyata dari program ini. Pelaku usaha jus buah mengakui bahwa pelatihan digital membantu mereka memahami penggunaan platform pesan antar online dan media sosial untuk promosi. Namun, mereka juga mengungkapkan kebutuhan akan pendampingan teknis lanjutan untuk pengelolaan operasional digital secara lebih optimal. Pelaku toko kelontong menyampaikan bahwa meskipun telah tersedia akses internet gratis dan pelatihan, implementasinya belum merata dan kurang sesuai kebutuhan praktis. Hal ini menyoroti pentingnya pelatihan yang lebih terfokus dan pendampingan berkelanjutan. Sementara itu, pelaku usaha buket dan konveksi merasakan manfaat langsung dari pelatihan pemasaran digital dan pendampingan dalam penggunaan *Instagram*, *WhatsApp Business*, serta integrasi dengan marketplace, yang berdampak pada peningkatan visibilitas dan penjualan produk.

Meskipun demikian, tantangan tetap ada. Keterbatasan akses pembiayaan dan kurangnya edukasi berkelanjutan menjadi hambatan utama dalam mengelola bisnis digital secara menyeluruh. Dari sisi lembaga penyalur, Bank BRI menegaskan bahwa dukungan pemerintah dalam bentuk edukasi digital dan akses pembiayaan sangat penting untuk mendorong UMKM memanfaatkan layanan perbankan

digital, sistem pembayaran non-tunai, dan kredit berbasis teknologi. Namun, rendahnya motivasi dan pemahaman sebagian pelaku UMKM terhadap teknologi digital menjadi kendala signifikan. Oleh karena itu, pendekatan edukasi yang lebih personal dan intensif dinilai perlu terus diperkuat.

Secara keseluruhan, program-program pemerintah yang meliputi pelatihan, pendampingan, dan kampanye nasional memiliki peran krusial dalam mempercepat transformasi digital UMKM. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing dalam ekonomi digital yang terus berkembang.

3) Tantangan dan Hambatan

Meskipun tren digitalisasi memberikan peluang besar bagi perkembangan UMKM, tidak semua pelaku usaha dapat dengan mudah beradaptasi. Proses transisi menuju ekosistem digital masih menghadapi berbagai hambatan, terutama di kalangan UMKM di wilayah non-perkotaan yang memiliki keterbatasan literasi digital, infrastruktur, dan sumber daya.

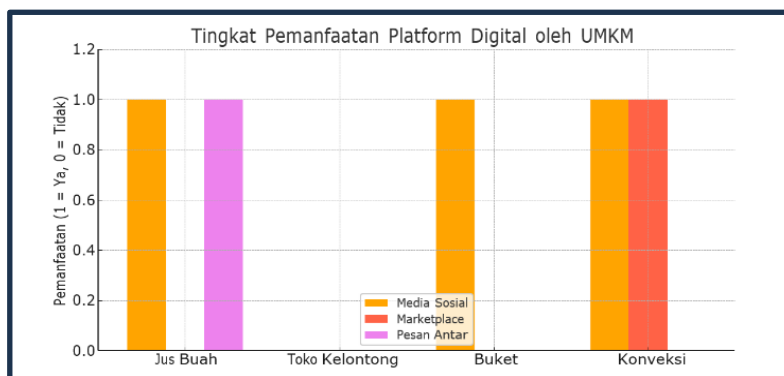
Salah satu tantangan utama adalah rendahnya pemahaman teknologi. Hasil observasi terhadap pelaku usaha seperti toko kelontong menunjukkan bahwa mereka kesulitan menggunakan platform digital seperti marketplace dan media sosial. Banyak dari mereka belum terbiasa membuat konten promosi yang menarik dan tidak memahami fitur-fitur dasar aplikasi digital, sehingga pemanfaatan platform digital menjadi kurang optimal meskipun peluang pasar terbuka lebar.

Beberapa pelaku usaha seperti jus buah, buket, dan konveksi sudah mulai memanfaatkan *Instagram* dan *WhatsApp Business* untuk pemasaran. Namun, mereka masih menghadapi kendala dalam bentuk keterbatasan pelatihan lanjutan dan minimnya pendampingan teknis berkelanjutan. Mereka merasa kesulitan dalam menganalisis data digital, mengelola pesanan dalam jumlah besar, dan memahami algoritma media sosial. Ketidakterjangkauan terhadap program pembinaan dan edukasi digital menjadi faktor penghambat utama dalam proses adaptasi ini.

Selain itu, keterbatasan perangkat digital menjadi kendala serius. Beberapa UMKM masih menggunakan perangkat dengan spesifikasi rendah atau bahkan belum memiliki perangkat yang memadai. Akibatnya, mereka kesulitan dalam mengakses aplikasi bisnis, melakukan pencatatan digital, dan menjalankan strategi pemasaran online. Dalam banyak kasus, pencatatan dan transaksi masih dilakukan secara manual, yang berdampak pada efisiensi operasional.

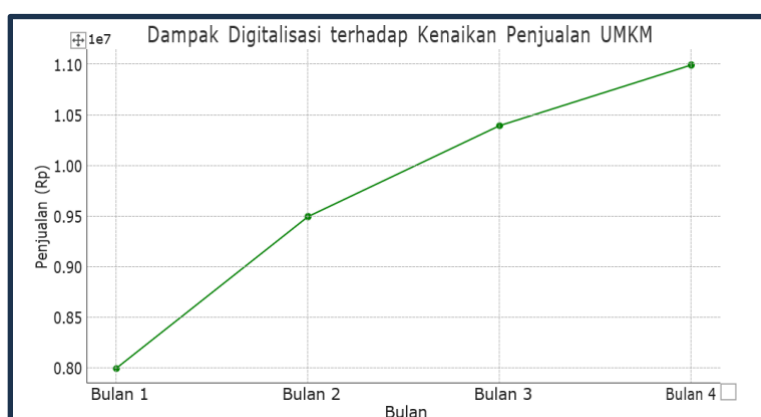
Dari sisi dukungan kelembagaan, pihak penyalur seperti Bank BRI menyatakan bahwa meskipun program pelatihan dan pembiayaan digital tersedia, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan layanan digital banking secara optimal. Hambatan utamanya adalah rendahnya pemahaman terhadap sistem digital dan kurangnya motivasi pelaku usaha untuk mengikuti pelatihan atau mencoba inovasi berbasis teknologi. Bank BRI menekankan pentingnya pendekatan edukatif yang berkelanjutan dan personal agar pelaku UMKM dapat benar-benar memahami serta mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional usaha mereka. Meskipun digitalisasi telah terbukti meningkatkan penjualan sebagaimana terlihat pada UMKM yang mampu meningkatkan omzet hingga 30% melalui media sosial dan layanan pesan antar berbagai tantangan di lapangan tetap menjadi isu penting yang perlu diatasi untuk mendorong transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

4) Visualisasi Digitalisasi UMKM berdasarkan Hasil Wawancara



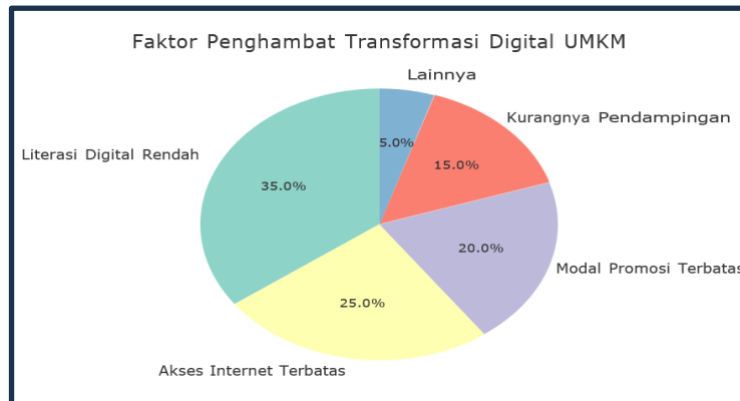
Gambar 3. Grafik Batang: Tingkat Pemanfaatan Platform Digital oleh UMKM

Grafik ini menunjukkan tingkat adopsi tiga jenis platform digital oleh empat kategori UMKM (Jus Buah, Toko Kelontong, Buket, dan Konveksi): Media Sosial dan Pesan Antar telah banyak dimanfaatkan oleh UMKM seperti Jus Buah, Buket, dan Konveksi. Toko Kelontong memiliki tingkat pemanfaatan digital paling rendah di antara keempat kategori usaha. Skor 1 berarti “Ya” (sudah memanfaatkan), dan 0 berarti “Tidak”. UMKM berbasis produk atau jasa yang lebih modern cenderung lebih cepat mengadopsi digitalisasi dibandingkan usaha tradisional seperti Toko Kelontong.



Gambar 4. Grafik Garis: Dampak Digitalisasi terhadap Kenaikan Penjualan UMKM

Grafik ini menggambarkan tren kenaikan penjualan (dalam rupiah) selama empat bulan, terlihat peningkatan konsisten setiap bulannya, dari sekitar Rp10.000.000 hingga lebih dari Rp11.000.000. Peningkatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi memberi dampak positif terhadap performa penjualan UMKM. Penggunaan platform digital berkontribusi langsung terhadap peningkatan omzet atau penjualan UMKM.



Gambar 5. Diagram Pie: Faktor Penghambat Transformasi Digital UMKM

Diagram ini mengungkap lima faktor utama yang menghambat proses digitalisasi UMKM:

- 1) Literasi digital rendah (35%)
- 2) Akses internet terbatas (25%)
- 3) Modal promosi terbatas (20%)
- 4) Kurangnya pendampingan (15%)
- 5) Faktor lainnya (5%)

Tantangan terbesar bukan hanya pada infrastruktur, tetapi juga pada sumber daya manusia dan edukasi digital.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran negara dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui akses permodalan dan transformasi digital, dengan studi kasus pada program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Temuan menunjukkan bahwa meskipun pemerintah telah menghadirkan berbagai inisiatif seperti program KUR dan pelatihan digital, banyak pelaku UMKM masih mengalami kendala untuk mengaksesnya karena masalah administratif, belum lengkapnya legalitas usaha, serta rendahnya literasi keuangan dan digital.

Digitalisasi terbukti menjadi alternatif strategis yang membantu UMKM bertahan, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional, meskipun masih menghadapi hambatan akses infrastruktur, terutama di wilayah terpencil.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan data digital sebagai dasar penilaian kredit (*credit scoring*) bagi UMKM, mengukur dampak jangka panjang digitalisasi terhadap pendapatan usaha, serta mengembangkan model pelatihan berbasis komunitas yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha di lapangan.

Referensi

- KADIN INDONESIA. (2023). *Data dan Statistik UMKM*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Data Kementerian Koperasi dan UKM*. <https://www.kemenkopukm.go.id/>
- Manajemen, M., & Pertiwi, U. (2025). *Analisis Dampak Regulasi dan Manajemen Keuangan terhadap Kemudahan Akses Kredit bagi UMKM*. 4(3), 3006–3024.
- Monika Suhayati, M. (2023). Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Info Singk. Kaji. Singk. terhadap Isu Aktual dan Strateg*, 15, 16-20.
- Pasardana. (2024). *Ekonom Sebut Dua Faktor Utama yang Bikin Penyaluran KUR Terhambat*.
- Pratamansyah, S. R. (2024). *Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. 2(2), 1–17.
- Putriana, S., Sarwono, A. E., Widanti, Y. A., & Artikel, R. (2025). *Pembukuan sederhana pada UMKM untuk memudahkan proses pengajuan modal usaha* *Info Artikel ABSTRAK*. 6(1). <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.23254>
- Temasek. (n.d.). *Laporan e-Conomy SEA 2023: Ekonomi digital Asia Tenggara akan mencapai pendapatan \$100 miliar. Bisnis kini fokus pada peningkatan profitabilitas; perluasan partisipasi digital tetap penting*.