



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA

LAPORAN AKHIR

# KAJIAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH KOTA SURAKARTA

TAHUN 2023





**LAPORAN AKHIR**

**KAJIAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM  
KOTA SURAKARTA**

**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH  
KOTA SURAKARTA  
2023**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan kepada Sang Pemilik Alam Semesta yaitu Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kemudahan dan kelancaran sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan laporan Kajian Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta ini tepat pada waktunya.

Kajian ini dimaksudkan untuk melaksanakan kajian penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM untuk pengembangan perekonomian Kota Surakarta. Kajian ini bertujuan mendukung pencapaian visi dan misi Walikota Surakarta yang tertuang dalam Perda No. 6 - 2021 Tentang RPJMD Kota Surakarta 2021-2026, bagian dari pendukung pencapaian tersebut adalah: 1) mengidentifikasi sektor unggulan dan menyusun profil IKM dan UMKM unggulan yang melakukan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta berdasarkan kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform sosial media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website; 2) melakukan pemetaan dan analisis terhadap IKM dan UMKM unggulan yang melakukan inovasi dan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta berdasarkan kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform sosial media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website; 3) menganalisis potensi dan permasalahan, merumuskan strategi dan rencana, dan merumuskan model penguatan kelembagaan IKM dan UMKM unggulan dalam adopsi teknologi digital di Kota Surakarta; dan 4) menyusun roadmap dan indikasi program terkait digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

Penyusunan kajian ini didukung oleh berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu. Kami sampaikan terimakasih atas kerjasama dan bantuannya sehingga penulisan laporan ini terselesaikan dengan baik. Kami menyadari laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun kami butuhkan demi kesempurnaan laporan ini.

Surakarta, Mei 2023

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Maksud dan Tujuan .....	6
C. Sasaran.....	7
D. Referensi Hukum .....	7
E. Ruang Lingkup .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Teori Ekonomi Pembangunan .....	10
B. Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah .....	13
C. Teori Basis Ekonomi ( <i>Export Base Theory</i> ) .....	14
D. Produk Unggulan Daerah .....	15
E. <i>Knowledge Management</i> .....	17
F. <i>Peran</i> Multi-Stakeholder dalam Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil. ....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	21
A. Pendekatan Penelitian .....	21
B. Objek Penelitian .....	21
C. Jenis dan Sumber Data .....	21
D. Metode Pengumpulan Data .....	22
E. Analisis Data.....	22
BAB IV GAMBARAN UMUM KOTA SURAKARTA .....	25
A. Kondisi Administrasi Wilayah .....	25
B. Kondisi Geografis .....	27
C. Kondisi Rencana Struktur Ruang .....	28
D. Kondisi Pertumbuhan IKM di Kota Surakarta.....	30
E. Kondisi Perekonomian Daerah .....	32
F. Kondisi Demografis .....	38

BAB V SEKTOR UNGGULAN, PROFIL IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA .....	40
A. Sektor Unggulan.....	40
B. Profil IKM dan UMKM Kota Surakarta.....	46
 BAB VI DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA .....	 63
A. Profil Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta .....	63
B. Pelaksanaan Digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta .....	99
 BAB VII MODEL PENGEMBANGAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA .....	  109
A. Potensi dan Permasalahan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta ..	109
B. Strategi Penguatan Kapasitas Kelembagaan Digitalisasi IKM dan UMKM.....	113
C. Model Penguatan Kapasitas kelembagaan Digitalisasi IKM dan UMKM.....	119
D. Roadmap Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta.....	123
E. Rencana Aksi Penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta ....	125
 BAB VIII PENUTUP .....	 129
A. Simpulan .....	129
B. Rekomendasi .....	130
 DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Trend Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2011-2022.....	1
Gambar 1.2.	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Propinsi Jawa Tengah dan Kota Surakarta Tahun 2018-2022.....	2
Gambar 2.1	Penta Helix .....	19
Gambar 4.1	Peta Administrasi Kota Surakarta .....	25
Gambar 4.2	Kawasan Strategis Kota Surakarta Tahun 2021-2041.....	30
Gambar 4.3	Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2018-2022 .....	33
Gambar 7.1.	Model Penguatan kelembagaan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta.....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Pembagian Wilayah Administrasi Kota Surakarta.....	26
Tabel 4.2	Kondisi Topografi Kota Surakarta .....	27
Tabel 4.3	Pembagian Sistem Pusat Pelayanan Kota Surakarta Tahun 2021-2041.....	28
Tabel 4.4	Pertumbuhan IKM di Kota Surakarta.....	31
Tabel 4.5	Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Surakarta .....	32
Tabel 4.6	PDRB Kota Surakarta atas Dasar Harga Berlaku (juta rupiah).....	34
Tabel 4.7	PDRB Kota Surakarta atas Dasar Harga Konstan (juta rupiah).....	36
Tabel 4.8.	Distribusi PDRB Seri 2010 Menurut Lapangan Usaha 2018-2022	37
Tabel 4.9	Jumlah Penduduk Kota Surakarta Tahun 2018 – 2022.....	39
Tabel 4.10	Jumlah Penduduk Kota Surakarta Per Kecamatan tahun 2022 .....	39
Tabel 5.1.	Hasil Analisis Shift Share .....	41
Tabel 5.2	Hasil Analisis Location Quotient (LQ) .....	43
Tabel 5.3.	Hasil Analisis Shift Share dan LQ Menurut Lapangan Usaha .....	45
Tabel 5.4.	Jumlah IKM Kota Surakarta Tahun 2023 Berdasarkan Kecamatan.....	47
Tabel 5.5.	Jumlah IKM Kota Surakarta Tahun 2023.....	48
Tabel 5.6.	Rata-Rata Tingkat Ketrampilan di Kota Surakarta Tahun 2023.....	49
Tabel 5.7.	Biaya Bahan Baku IKM di Kota Surakarta 2023 .....	49
Tabel 5.8	Biaya Bahan Pembantu IKM di Kota Surakarta Tahun 2023 .....	50
Tabel 5.9.	Biaya Mesin Peralatan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	50
Tabel 5.10.	Modal Kerja IKM di Kota Surakarta Tahun 2023 .....	51
Tabel 5.11.	Ketersediaan Akses IKM di Kota Surakarta Tahun 2023 .....	51
Tabel 5.12.	Standar Mutu IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	52
Tabel 5.13.	Peralatan Produksi IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	53
Tabel 5.14.	Pengelolaan Keuangan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	53
Tabel 5.15.	Akses Modal IKM di Kota Surakarta Tahun 2023 .....	54
Tabel 5.16.	Omset Penjualan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	55
Tabel 5.17.	Cara Penjualan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023 .....	55
Tabel 5.18.	Area Pemasaran IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	56
Tabel 5.19.	Pemasaran Online IKM di Kota Surakarta Tahun 2023.....	57
Tabel 5.20.	Jenis Kelamin Pelaku UMKM Di Kota Surakarta.....	57
Tabel 5.21.	Persebaran UMKM Berdasarkan Kecamatan .....	58
Tabel 5.22.	Jenis Kelamin Pelaku UMKM Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta .....	58

Tabel 5.23. Jenis UMKM di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.....	59
Tabel 5.24. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Jebres Kota Surakarta...	59
Tabel 5.25. Jenis UMKM di Kecamatan Jebres Kota Surakarta .....	59
Tabel 5.26. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Pasar Kliwon Kota Surakarta .....	60
Tabel 5.27. Jenis UMKM Kecamatan Pasar Kliwon Kota Surakarta .....	60
Tabel 5.28. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Laweyan Kota Surakarta .....	60
Tabel 5.29. Jenis UMKM Kec Laweyan Kota Surakarta .....	61
Tabel 5.30. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Serengan Kota Surakarta .....	61
Tabel 5.31. Jenis UMKM Kec Serengan Kota Surakarta.....	62
Tabel 6.1. Jenis Kelamin Responden IKM Kota Surakarta .....	63
Tabel 6.2. Usia Responden IKM Kota Surakarta .....	64
Tabel 6.3. Tingkat Pendidikan IKM Kota Surakarta.....	64
Tabel 6.4. Kepemilikan Pekerjaan Sampingan Responden IKM Kota Surakarta .....	65
Tabel 6.5. Badan Usaha Responden IKM Kota Surakarta .....	65
Tabel 6.6. Lama Usaha Berjalan Responden IKM Kota Surakarta .....	66
Tabel 6.7. Produk Utama Responden IKM Kota Surakarta.....	66
Tabel 6.8. Jenis Pencatatan Usaha Responden IKM Kota Surakarta .....	67
Tabel 6.9. Cakupan Area Pemasaran Responden IKM Kota Surakarta.....	68
Tabel 6.10. Media Penjualan Responden IKM Kota Surakarta .....	68
Tabel 6.11. Media Penjualan Melalui Media Sosial Responden IKM Kota Surakarta .....	69
Tabel 6.12. Media Penjualan Melalui Marketplace Responden IKM Kota Surakarta .....	69
Tabel 6.13. Media Penjualan Melalui Website Responden IKM Kota Surakarta .....	70
Tabel 6.14. Media Penjualan Melalui Youtube Responden IKM Kota Surakarta .....	70
Tabel 6.15. Kebutuhan Modal Responden IKM Kota Surakarta (per bulan).....	70
Tabel 6.16. Sumber Pembiayaan IKM Kota Surakarta.....	71
Tabel 6.17. Bantuan yang Pernah Diterima IKM Kota Surakarta .....	71
Tabel 6.18. Teknologi Transaksi Pembayaran IKM Kota Surakarta .....	72
Tabel 6.19. Metode Pencatatan Keuangan IKM Kota Surakarta .....	72
Tabel 6.20. Kategori IKM Kota Surakarta Berdasarkan Jumlah Karyawan .....	73

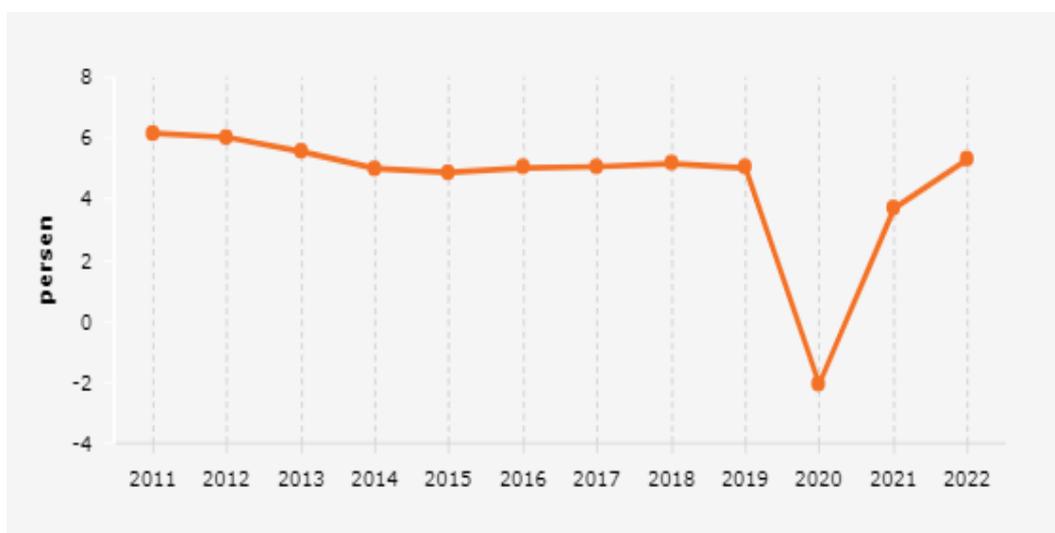
Tabel 6.21. Struktur Organisasi/ Pembagian Tugas IKM Kota Surakarta .....	73
Tabel 6.22. Sistem Gaji & Upah IKM Kota Surakarta .....	73
Tabel 6.23. Sistem Produksi IKM Kota Surakarta .....	74
Tabel 6.24. Teknologi Peralatan Produksi IKM Kota Surakarta.....	74
Tabel 6.25. Kemasan Produk IKM Kota Surakarta.....	75
Tabel 6.26. Penggunaan Aplikasi Transportasi Digital IKM Kota Surakarta .....	75
Tabel 6.27. Penggunaan Mobile Payment IKM Kota Surakarta.....	76
Tabel 6.28. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kota Surakarta .....	76
Tabel 6.29. Usia Pelaku UMKM Kota Surakarta .....	77
Tabel 6.30. Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan Pelaku UMKM .....	77
Tabel 6.31. Pekerjaan Sampingan Pelaku UMKM .....	78
Tabel 6.32. Lama Usaha Pelaku UMKM Kota Surakarta .....	78
Tabel 6.33. Status Usaha Responden UMKM Kota Surakarta .....	79
Tabel 6.34. Jenis Badan Usaha UMKM Kota Surakarta .....	79
Tabel 6.35. Jenis Ijin Usaha UMKM Kota Surakarta .....	79
Tabel 6.36. Cakupan Pemasaran UMKM Kota Surakarta.....	80
Tabel 6.37. Saluran Distribusi UMKM Kota Surakarta .....	81
Tabel 6.38. Kepemilikan Merk UMKM Kota Surakarta .....	82
Tabel 6.39. Media Penjualan UMKM Kota Surakarta.....	82
Tabel 6.40. Jumlah Pesaing dan Mitra UMKM Kota Surakarta .....	84
Tabel 6.41. Kebutuhan Modal UMKM Kota Surakarta .....	85
Tabel 6.42. Sumber Pembiayaan UMKM Kota Surakarta .....	85
Tabel 6.43. Teknologi Pembayaran UMKM Kota Surakarta.....	86
Tabel 6.44. Pencatatan Keuangan UMKM Kota Surakarta.....	86
Tabel 6.45. Jumlah Karyawan UMKM Kota Surakarta .....	87
Tabel 6.46. Struktur Organisasi UMKM Kota Surakarta.....	87
Tabel 6.47. Sistem Penggajian UMKM Kota Surakarta.....	88
Tabel 6.48. Ketersediaan Bahan Baku UMKM Kota Surakarta .....	88
Tabel 6.49. Jenis Bahan Baku UMKM Kota Surakarta .....	89
Tabel 6.50. Cara Perolehan Bahan Baku UMKM Kota Surakarta .....	90
Tabel 6.51. Sistem Produksi UMKM Kota Surakarta.....	90
Tabel 6.52. Bahan Bakar UMKM Kota Surakarta .....	90
Tabel 6.53. Teknologi Produksi UMKM Kota Surakarta .....	91
Tabel 6.54. Jenis Kegiatan Program Pemerintah UMKM Kota Surakarta.....	91
Tabel 6.55. Jenis Bantuan Pemerintah UMKM Kota Surakarta.....	92
Tabel 6.56. Kemasan Atraktif UMKM Kota Surakarta.....	93
Tabel 6.57. Kelengkapan Kemasan UMKM Kota Surakarta.....	93

Tabel 6.58. Legalitas Produk UMKM Kota Surakarta .....	93
Tabel 6.59. Aplikasi Transportasi Digital UMKM Kota Surakarta .....	94
Tabel 6.60. Aplikasi Mobile Payment UMKM Kota Surakarta .....	95
Tabel 6.61. Riset Pasar dan Target Konsumen UMKM Kota Surakarta.....	95
Tabel 6.62. Aplikasi Marketplace UMKM Kota Surakarta .....	96
Tabel 6.63. Rancangan Konten Pemasaran UMKM Kota Surakarta.....	96
Tabel 6.64. Penggunaan Iklan Berbayar UMKM Kota Surakarta.....	96
Tabel 6.65. Kombinasi Media Sosial UMKM Kota Surakarta .....	97
Tabel 6.66. Evaluasi Pemasaran Digital UMKM Kota Surakarta .....	98
Tabel 6.67. Pemanfaatan E- Commerce UMKM Kota Surakarta .....	98
Tabel 6.68. Pemataan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta .....	107
Tabel 7.1. Analisis SWOT Penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta .....	116
Tabel 7.2. Matrik Rencana Aksi penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta .....	124

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

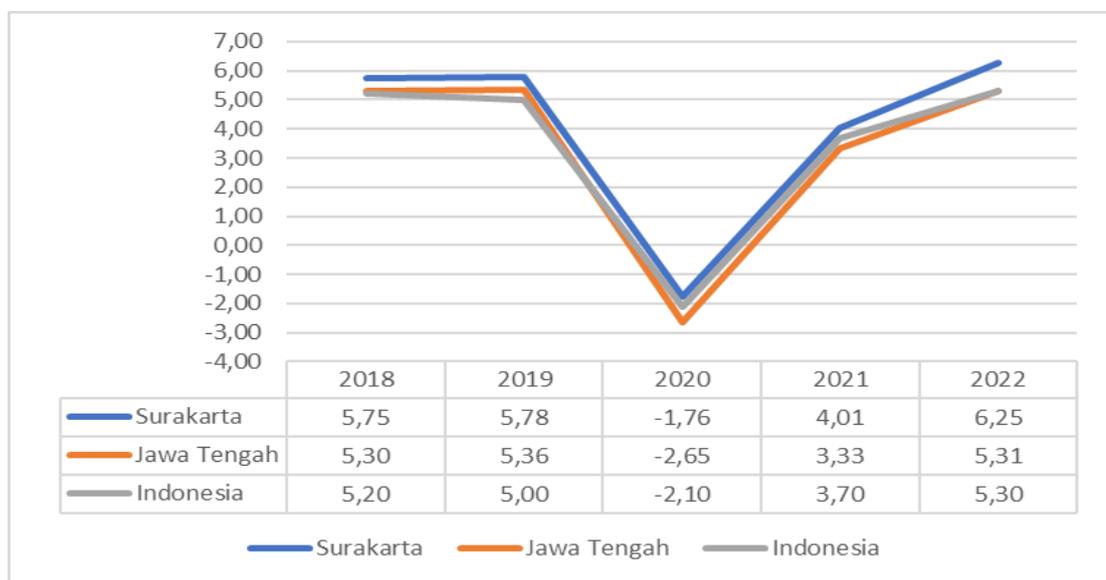
Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang fluktuatif dan cenderung menurun sejak tahun 2011 sampai tahun 2021 dan pertumbuhan ekonomi kembali naik pada tahun 2022. Pada tahun 2020 perekonomian Indonesia, termasuk Kota Surakarta, mengalami penurunan tajam dipicu oleh pandemi *Coronavirus Disease (Covid-19)*. *Covid-19* memiliki risiko yang tinggi terhadap peningkatan jumlah orang meninggal dunia, terganggunya proses perbaikan infrastruktur dan kerugian ekonomi yang besar. Pada tahun 2022, perekonomian Indonesia (5,30%), termasuk Kota Surakarta (6,25%) sudah pulih dan membaik. Pada tahun ini banyak unit usaha mampu beradaptasi dari perubahan lingkungan eksternalnya dengan melakukan berbagai inovasi bisnis, termasuk penerapan teknologi digital pada pelaksanaan usahanya. Industri kecil dan menengah (IKM) dan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu penggerak utama perekonomian, dimana ketika mereka mau dan mampu beradaptasi dengan berbagai perubahan, seperti perubahan iklim, revolusi industri 4.0, pandemi covid-19 dan seterusnya, maka keberlanjutan usaha dapat dipertahankan bahkan mengalami perkembangan yang lebih baik.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

**Gambar 1.1. Trend Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2011-2022**

Laju pertumbuhan ekonomi Indonesia yang fluktuatif dalam 5 tahun terakhir, juga dialami oleh Provinsi Jawa Tengah dan Kota Surakarta. Pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Tengah tahun 2018 (5,30). Tahun 2019 (5,40%), tahun 2020 (-2,65%), tahun 2021 (3,33%) dan tahun 2022 (5,31%). Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta juga bergerak secara fluktuatif dalam 3 tahun terakhir, yaitu 2018 (5,75). Tahun 2019 (5,78%), tahun 2020 (-1,76%), tahun 2021 (4,01%) dan tahun 2022 (6,25%).



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

**Gambar 1.2. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Propinsi Jawa Tengah dan Kota Surakarta Tahun 2018-2022**

Sektor perdagangan dan industri pengolahan yang di dalamnya banyak IKM dan UMKM memberikan kontribusi yang tinggi terhadap Pendapatan Daerah Regional Bruto (PDRB). Mereka juga mampu sebagai penyedia lapangan kerja dan sumber pendapatan masyarakat Kota Surakarta. Jumlah IKM dan UMKM berbanding lurus dengan banyaknya lapangan pekerjaan sehingga mereka memiliki andil besar dalam penyerapan tenaga kerja dan kemiskinan. IKM dan UMKM mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi daerah (Batrancea, 2022), yaitu meningkatkan kesejahteraan

masyarakat, mengurangi pengangguran dan mengentaskan kemiskinan (Azizah & Setyowati, 2022).

Percepatan pembangunan ekonomi akan optimal jika menekankan pada sektor unggulan daerah, produk unggulan daerah dan nilai tambah ekonomi. Menurut Blakely dan Bradshaw (2002), identifikasi sektor dan produk unggulan merupakan tahap awal dalam perencanaan pembangunan ekonomi lokal. Identifikasi potensi ekonomi lokal berkaitan dengan penentuan sektor-sektor riil yang perlu dikembangkan agar perekonomian lokal tumbuh pesat (Tarigan, 2009). Mengacu pada sasaran pembangunan yang ingin dicapai, aspek utama dalam daya saing adalah kekhasan lokal yang diwujudkan dengan pengembangan lokal melalui produk unggulan yang mampu bersaing dengan produk dari daerah lain (Kwon et al., 2012). Maka dari itu, tingkat produktivitas komoditas perlu diperhatikan dalam hal peningkatan daya saing.

Permasalahan produk unggulan daerah memiliki keterkaitan erat dengan IKM dan UMKM yang memiliki potensi sebagai peluang ekonomi baru dan pembuka lapangan kerja bagi perekonomian Kota Surakarta. IKM dan UMKM di Kota Surakarta bergerak pada berbagai subsektor atau komoditas yang beragam. Meski demikian, kontribusi sektor IKM dan UMKM masih memiliki kontribusi yang kecil terhadap perekonomian sehingga pembinaan IKM dan UMKM menjadi salah satu hal yang penting dilakukan untuk meningkatkan kontribusi dan kualitas IKM dan UMKM (Lestariningsih, Maharani, & Lestari, 2019).

Saat ini, Pemerintah membuat berbagai program pengembangan IKM dan UMKM sebagai salah satu upaya pemulihan ekonomi pasca pandemic covid-19 dan menghadapi perkembangan teknologi digital yang sangat cepat. Pengembangan tersebut dipengaruhi oleh kondisi lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal IKM dan UMKM yang terdiri dari kapabilitas sumber daya manusia, proses operasional dan produksi, sumber dan pengelolaan keuangan serta pemasaran produk berbasis teknologi digital. Rendahnya adopsi teknologi digital juga menjadi salah satu permasalahan IKM dan UMKM untuk memenangkan persaingan bisnis dalam menjaga keberlanjutan usaha. Dalam era bisnis digital saat ini, pelaku IKM dan UMKM

harus melakukan inovasi usaha dengan melakukan adopsi teknologi digital dalam melakukan bisnisnya. Saat ini, masih banyak unit usaha yang belum memiliki merek, kemasan yang atraktif, dan legalitas produk. Selain itu banyak unit usaha yang belum menerapkan bisnis digital seperti kepemilikan *account* digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform Sosial Media. Belum banyak usaha mikro dan kecil yang melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website.

Digitalisasi IKM dan UMKM adalah perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional usaha. Digitalisasi IKM dan UMKM membuat pelaku usaha mengubah pengelolaan bisnisnya dari praktik konvensional ke modern. Digitalisasi bukan sekadar menggunakan teknologi untuk menjual produk. Lebih dari itu, digitalisasi memungkinkan IKM dan UMKM untuk mengatur keuangan, memantau *cash flow* bisnis, hingga memperoleh bahan baku secara *online*. Digitalisasi berperan penting bagi berjalannya proses bisnis secara keseluruhan. Digitalisasi bahkan membuat pertumbuhan IKM dan UMKM tumbuh pesat di masa pandemi. Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate mengonfirmasi bahwa jumlah IKM dan UMKM yang terdigitalisasi sepanjang pandemi mencapai 16,4 juta, atau tumbuh dua kali lipat dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi.

Ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari digitalisasi IKM dan UMKM. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memperluas jaringan pemasaran. Sebelum melakukan digitalisasi, IKM dan UMKM mempunyai ruang lingkup pemasaran yang terbatas. Umumnya, konsumen mereka hanyalah orang-orang yang tinggal di sekitar tempat usaha. Pemasaran produk pun hanya melalui testimoni mulut ke mulut. Maka, apabila IKM dan UMKM melakukan digitalisasi, jaringan konsumen turut bertambah luas. Bukan hanya orang-orang di sekitar tempat usaha yang mengetahui adanya bisnis tersebut. Komunitas yang ada di berbagai platform digital akhirnya juga mengetahui keberadaan IKM dan UMKM tersebut beserta produk-produknya.

2. Merespon perubahan gaya hidup. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki mengatakan bahwa tren belanja masyarakat ke depan adalah belanja *online*. Ia turut menekankan bahwa Indonesia memiliki potensi *market digital* terbesar di Asia Tenggara. Salah satu infrastruktur pendukungnya adalah IKM dan UMKM. Oleh karenanya, dengan melakukan digitalisasi, maka IKM dan UMKM akan mampu beradaptasi menuju tren belanja *online*. Apabila IKM dan UMKM gagal melakukan adaptasi terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, maka peluangnya untuk bertahan tentunya semakin mengecil.
3. Mempermudah konsumen melakukan transaksi. Tren belanja *online* diiringi dengan perubahan cara transaksi konsumen. Dari yang sebelumnya menggunakan alat pembayaran non-tunai, konsumen mulai beralih menuju transaksi digital.
4. Meningkatkan pendapatan. Seluruh upaya digitalisasi IKM dan UMKM akan berakhir manis dengan meningkatnya pendapatan bagi bisnis. Ini karena IKM dan UMKM menyediakan akses pembayaran digital yang memudahkan konsumen untuk bertransaksi sekaligus memaksimalkan sistem pengelolaan keuangan secara digital. Hasilnya, proses bisnis IKM dan UMKM pun menjadi lebih optimal dan mendatangkan lebih banyak keuntungan

IKM dan UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Surakarta. IKM dan UMKM Kota Surakarta setiap tahun datanya menunjukkan peningkatan. Tahun 2019 jumlah mencapai 3.426 unit, meningkat sebanyak 342-unit dibandingkan dengan kondisi tahun sebelumnya, dan merupakan peningkatan tertinggi jika dibandingkan dengan kenaikan ditahun 2017 sebanyak 42-unit dan tahun 2018 sebanyak 64 unit. Jumlah UMKM didominasi oleh kelompok Usaha Mikro mencapai 96,67%. Komposisi UMKM tersebar di seluruh kecamatan dengan kategori UMKM meliputi makanan dan minuman, fashion dan busana, jasa dan perdagangan. Pada tahun 2020, dengan adanya pandemi Covid 19 dan tantangan revolusi industry 4.0, jumlah UMKM mengalami penurunan sebanyak 328-unit menjadi 3.098-unit karena ada beberapa UMKM yang tidak mampu

bertahan kemudian gulung tikar. Agar kondisi IKM dan UMKM di Kota Surakarta tetap bertahan pasca pandemi covid 19 dan bisa beradaptasi dengan baik, maka Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta membuat Kajian Digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta untuk peningkatan pemasaran, menjangkau *customer*, informasi produk, menjaga loyalitas, hingga melayani konsumen. Dengan digitalisasi IKM dan UMKM, kinerja perekonomian Kota Surakarta akan lebih baik dan berkelanjutan.

## **B. Maksud Dan Tujuan**

Maksud penyusunan kegiatan ini adalah melaksanakan kajian penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM untuk pengembangan perekonomian Kota Surakarta. Tujuan penyusunan kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi sektor unggulan dan menyusun profil IKM dan UMKM unggulan yang melakukan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta berdasarkan kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform sosial media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website.
2. Melakukan pemetaan dan analisis terhadap IKM dan UMKM unggulan yang melakukan inovasi dan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta berdasarkan kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform sosial media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website.
3. Menganalisis potensi dan permasalahan, merumuskan strategi dan rencana, dan merumuskan model penguatan kelembagaan IKM dan UMKM unggulan dalam adopsi teknologi digital di Kota Surakarta
4. Menyusun roadmap dan indikasi program terkait digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta.

### **C. SASARAN**

Sasaran penyusunan kajian penguatan IKM dan UMKM untuk pengembangan perekonomian Kota Surakarta ini adalah sebagai berikut:

1. Teridentifikasinya sektor unggulan dan tersusunnya profil IKM dan UMKM unggulan yang melakukan inovasi dan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta, berdasarkan aspek kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform sosial media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website.
2. Tersusunnya pemetaan dan hasil analisis IKM dan UMKM unggulan yang melakukan inovasi dan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta berdasarkan kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform sosial media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website.
3. Terumuskannya potensi dan permasalahan, strategi dan rencana aksi, dan model penguatan kelembagaan IKM dan UMKM unggulan dalam adopsi teknologi digital di Kota Surakarta.
4. Tersusunnya roadmap dan indikasi program terkait digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta.

### **D. REFERENSI HUKUM**

Referensi hukum yang digunakan dalam Jasa Konsultan Kajian Digitalisasi IKM dan UMKM sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
- b. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun

- 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah;
- d. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah;
  - e. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
  - f. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 8 Tahun 2021 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah;
  - g. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041;
  - h. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021–2026;
  - i. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 8 Tahun 2021 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah;
  - j. Peraturan Walikota Surakarta Nomor 41 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Badan Daerah.

## **E. RUANG LINGKUP**

### **1. Ruang lingkup Wilayah**

Ruang Lingkup wilayah kajian adalah Kota Surakarta, yang terdiri dari 5 kecamatan.

### **2. Ruang Lingkup Materi Kajian**

Ruang lingkup kajian ini adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi sektor, IKM dan UMKM unggulan Kota Surakarta dalam 5 tahun terakhir, yaitu tahun 2017-2021.
- b. Identifikasi profil IKM dan UMKM unggulan yang telah melakukan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta.

- c. Pemetaan dan analisis terhadap IKM dan UMKM unggulan yang melakukan adopsi teknologi digital di Kota Surakarta berdasarkan kepemilikan merek, kemasan yang atraktif, legalitas produk, account digital, pengelolaan bisnis digital, kepemilikan sosial media, pemahaman strategi pemasaran dalam periklanan yang dimuat dalam beberapa platform social media, melakukan penjualan melalui marketplace, dan kepemilikan website.
- d. Menganalisis potensi dan permasalahan IKM dan UMKM unggulan dalam adopsi teknologi digital di Kota Surakarta.
- e. Merumuskan strategi dan rencana aksi IKM dan UMKM unggulan dalam adopsi teknologi di Kota Surakarta.
- f. Merumuskan model penguatan kelembagaan IKM dan UMKM unggulan dalam adopsi teknologi digital di Kota Surakarta.
- g. Menyusun Road Map dan indikasi program terkait Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Teori Ekonomi Pembangunan

Todaro dan Smith (2015) menjelaskan pembangunan ekonomi merupakan proses multidimensional yang menuju ke arah perubahan besar, baik perubahan struktur ekonomi, perubahan sosial, mengurangi ketimpangan, mengurangi kemiskinan, dan pengangguran dalam konteks pertumbuhan ekonomi. Berikut beberapa teori pembangunan yang dikemukakan oleh ahli ekonomi:

1. Mashab Historis. Mashab ini berasal dari Jerman dan muncul pada abad ke 19. Mashab ini melihat pembangunan berdasarkan pengalaman sejarah yang berkaitan dengan tahapan pembangunan suatu negara.
  - a. Frederich List. Perkembangan ekonomi akan terjadi apabila masyarakat memiliki kebebasan dalam organisasi politik dan kebebasan perorangan. Terdapat lima fase perkembangan ekonomi, yaitu: fase primitif; berternak; pertanian; pertanian dan industri pengolahan (*manufacturing*); dan terakhir fase pertanian, industri pengolahan, dan perdagangan. Pendekatan yang digunakan adalah cara produksi.
  - b. Bruno Hilderbrand. Perkembangan ekonomi bukan didasarkan cara produksi melainkan cara distribusi. Selanjutnya Hilderbrand mengemukakan tiga sistem distribusi, yaitu perekonomian barter, perekonomian uang, dan perekonomian kredit.
  - c. Karl Bucher. Perkembangan ekonomi melalui tiga tahap, yaitu produksi untuk kebutuhan sendiri, perekonomian daerah dimana pertukaran sudah meluas, dan perekonomian nasional dimana peran pedagang menjadi semakin penting.
  - d. W. W. Rostow. Proses pembangunan ekonomi terdiri dari lima tahap, yaitu masyarakat tradisional (*the traditional society*), prasyarat untuk tinggal landas (*the preconditions for take-off*), tinggal landas (*take-off*),

menuju kedewasaan (*the drive to imaturity*), dan masa konsumsi tinggi (*the age of high mass-consumtion*).

2. Mashab Analitis. Teori pembangunan ekonomi mashab ini berusaha mengungkapkan proses pertumbuhan ekonomi secara logis dan konsisten, tetapi sering bersifat abstrak dan kurang menekankan pada aspek empiris.
  - a. Teori Klasik.
    - 1) Adam Smith (1723-1790). Dalam bukunya *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776) ia mengemukakan tentang proses pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang secara sistematis. Ada tiga unsur pokok sistem produksi yaitu: (a) Sumber daya alam yang tersedia (atau faktor produksi “tanah”); (b) Sumber idaya manusia; (c) Stok barang modal yang ada.
    - 2) David Ricardo. Ciri-ciri perekonomian Ricardo adalah: (a) Jumlah tanah terbatas. (b) Tenaga kerja imeningkat atau menurun tergantung pada tingkat upah. (c) Akumulasi modal terjadi apabila tingkat keuntungan yang diperoleh pemilik modal di atas tingkat keuntungan minimal yang diperlukan untuk menarik investor. (d) Kemajuan teknologi terjadi sepanjang waktu. (e) Sektor pertanian dominan.
  - b. Neo-Kalsik (Solow Swan). Pertumbuhan ekonomi tergantung kepada penambahan penyediaan faktori-faktor produksi (penduduk, tenaga kerja, dan akumulasi modal) serta kemajuan teknologi. Pandangan ini didasarkan kepada anggapan yang mendasari analisis klasik, yaitu perekonomian akan tetap mengalami tingkat pengerjaan penuh (*full employment*) dan kapasitas peralatan modal akan tetap sepenuhnya digunakan sepanjang waktu. Walaupun jumlah modal berubah tetapi terdapat kemungkinan bahwa tingkat output tidak mengalami perubahan.
  - c. Keynesian (Harrod-Domar). Teori ini mempunyai beberapa asumsi yaitu:
    - (1) Perekonomian dalam keadaan full employment dan barang modal dalam masyarakat digunakan secara penuh. (2) Perekonomian terdiri

dari 2 sektor, yaitu sektor rumah tangga dan perusahaan, berarti pemerintah dan perorangan luar negeri tidak ada. (3) Besarnya tabungan masyarakat proporsional dengan pendapatan nasional. (4) Kecenderungan untuk menabung (*Marginal Propensity to Save = MPS*) besarnya tetapi, demikian juga ratio antara modal-output (*Capital Output Ratio = COR*) dan rasio pertambahan modal-output (*Incremental Capital-Output Ratio = ICOR*).

3. Teori Schumpeter. Salah satu pendapat Schumpeter yang menjadi landasan teori pembangunan ialah keyakinan bahwa sistem kapitalisme merupakan sistem yang paling baik untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang pesat. Faktor utama yang menyebabkan perkembangan ekonomi adalah proses inovasi dan pelakunya adalah para inovator atau wirausaha (*entrepreneur*).
4. Teori Ketergantungan. Dalam mazhab ketergantungan terdapat dua aliran, yaitu aliran Marxis dan Neo Marxis serta aliran non-Marxis. Aliran Marxis dan Neo-Marxis menggunakan kerangka analisis dari teori Marx dan Neo-Marxis tentang imperialisme. Aliran ini tidak membedakan secara tajam antara struktur intern dan ekstern, karena kedua struktur pada dasarnya merupakan faktor yang berasal dari sistem kapitalis dunia itu sendiri. Selain itu, aliran ini memiliki perspektif perjuangan kelas internasional antara pemilik modal dan kaum buruh. Aliran non-Marxis melihat masalah ketergantungan dari perspektif nasional atau regional yaitu, kawasan Amerika Latin. Aliran ini dengan jelas membedakan antara keadaan dalam negeri dan luar negeri. Tergantungnya secara paksa (*force incorporated*) daerah pinggiran ke dalam sistem kapitalisme dan merupakan penyebab keterbelakangan (*under developmnet*) negara yang sedang berkembang saat ini.

Berbagai teori ekonomi pembangunan di atas menjadi landasan dan inspirasi dalam melakukan perencanaan pembangunan ekonomi Kota Surakarta saat ini dan ke depannya, khususnya terkait pengembangan UMKM berbasis teknologi digital.

## B. Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah

Perekonomian daerah dikatakan mengalami pertumbuhan atau perkembangan apabila tingkat ekonominya lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Perkembangan perekonomian terjadi apabila jumlah barang dan jasa secara fisik bertambah besar pada tahun-tahun selanjutnya. Indikator pembangunan ekonomi suatu daerah dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi daerah merupakan pertambahan pendapatan masyarakat secara keseluruhan yang terjadi di suatu wilayah, yaitu kenaikan seluruh nilai tambah (*added value*) yang terjadi. Pertumbuhan ekonomi daerah juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses pemerintah daerah dan masyarakat dalam mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang pertumbuhan. Menurut Subandi (2012) menjelaskan proses pembangunan merupakan pertumbuhan ekonomi daerah yang diikuti oleh perubahan dalam hal:

1. Perubahan struktur ekonomi dari pertanian ke industri atau jasa.
2. Perubahan dalam kelembagaan, baik melalui regulasi maupun reformasi kelembagaan itu sendiri.

Dalam era otonomi daerah, perhatian terhadap pertumbuhan ekonomi daerah semakin meningkat. Hal ini cukup masuk akal, karena dalam era ini tiap-tiap daerah berlomba-lomba meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerahnya dalam rangka meningkatkan kemakmuran masyarakatnya. Dalam menentukan upaya upaya yang dapat dilakukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerahnya ialah struktur dan faktor pertumbuhan daerah yang menjadi pembahasan penting bagi pemerintah daerah (Sjafrizal, 2017).

Perubahan struktur ekonomi tercermin dalam peranan lapangan usaha dalam pembentukan produksi daerah maupun besarnya persentase tenaga kerja pada masing-masing lapangan usaha tersebut, dimana peranan ataupun sumbangan sektor primer (pertanian dan pertambangan) dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) akan semakin berkurang, sedangkan peranan sektor sekunder

(industri manufaktur dan konstruksi) serta sektor tersier (jasa-jasa) akan semakin meningkat, dengan semakin majunya perekonomian daerah.

### C. Teori Basis Ekonomi (*Export Base Theory*)

Kegiatan perekonomian daerah dibagi menjadi dua sector, yaitu kegiatan basis dan non basis. Kegiatan basis dapat mendorong pertumbuhan ekonomi berperan sebagai penggerak utama (*primer mover*). Majunya pertumbuhan ekonomi suatu daerah dapat dilihat dari besarnya nilai ekspor wilayah yang bersangkutan. Sektor ekspor akan memberikan dampak pengganda (*multiplier effect*) yang cukup besar bagi perekonomian daerah yang bersangkutan (Sjafrizali, 2017). Sektor basis dapat dianalisis menggunakan teknik *Location Quotient* (LQ), untuk mengetahui tingkat spesialisasi sektor basis atau sektor unggulan. Teknik analisis *Location Quotient* (LQ) dapat menggunakan variabel Produk Domestik Regional Bruto (PDRBi) atau variabel tenaga kerja suatu daerah sebagai indikator pertumbuhan daerah.

Struktur ekonomi daerah akan mengalami perubahan dalam iproses pembangunan ekonomi. Analisis *Shift Share* merupakan teknik untuk menganalisis perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur perekonomian suatu daerah dalam kaitannya dengan ekonomi acuan tertentu yang lebih besar (propinsi) dan pada periode tertentu. Model *Shift Share* diterapkan untuk menganalisis komponen-komponen yang menentukan terjadinya pertumbuhan perekonomian daerah pada periode tertentu. Pengetahuan atas komponen tersebut selanjutnya digunakan untuk melakukan proyeksi pertumbuhan perekonomian daerah pada waktu mendatang. Melalui penggunaan metode ini dapat diketahui jenis-jenis industri atau sektor yang potensial dalam suatu daerah.

Hasil analisis *Location Quotient* (LQ) dan *shift share* menjadi sektor unggulan suatu daerah. Sektor unggulan ialah sektor yang memiliki kemampuan tinggi untuk dijadikan tumpuan harapan pembangunan ekonomi. Sektor unggulan bisa dikatakan sebagai tulang punggung dan penggerak perekonomian, sehingga dapat disebut sebagai sektor kunci atau sektor pemimpin perekonomian daerah. Dengan demikian, sektor unggulan menjadi

refleksi dari suatu struktur perekonomian, serta dipandang sebagai salah satu aspek penciri atau karakteristik dari suatu perekonomian.

#### **D. Produk Unggulan Daerah**

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah, menjelaskan Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan produk yang dihasilkan usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah dan mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah. Produk ini diharapkan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk potensial yang memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global.

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan produk yang memiliki keunggulan dalam penyerapan tenaga kerja; sumbangan terhadap perekonomian; sektor basis ekonomi daerah; dapat diperbaharui; sosial budaya; ketersediaan pasar; bahan baku; modal; sarana dan prasarana produksi; teknologi; manajemen usaha; serta harga. Dengan pertimbangan kekhususan dan kewenangan yang dimiliki, pemerintah Kota Surakarta dapat menggunakan kriteria tersebut untuk menentukan produk unggulan daerah, yaitu:

1. Penyerapan tenaga kerja produk unggulan daerah diproduksi dengan memanfaatkan tenaga kerja terampil di daerah produksi sehingga memberi dampak pada penciptaan lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat setempat.
2. Sumbangan terhadap perekonomian merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis memberikan manfaat bagi konsumen, memiliki keterkaitan kedepan dan kebelakang, memberi efek berganda ekonomi dan sekaligus memberikan keuntungan ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan dan daerah yang memproduksi produk unggulan tersebut.
3. Sektor basis ekonomi daerah merupakan produk unggulan daerah yang masuk dalam kategori kelompok sektor basis dalam PDRB dan memberikan kontribusi terbesar dalam ekonomi daerah.

4. Dapat diperbaharui memberi makna bahwa produk unggulan daerah bukan barang tambang dan memanfaatkan bahan baku yang dapat diperbaharui dan ramah lingkungan. Barang tambang tidak dapat dimasukkan sebagai produk unggulan daerah meskipun saat itu memberi kontribusi ekonomi yang besar bagi daerah.
5. Unsur sosial budaya dalam menciptakan, memproduksi dan mengembangkan produk unggulan daerah adalah menggunakan talenta dan kelembagaan masyarakat yang dibangun dan dikembangkan atas dasar kearifan lokal yang bersumber pada ciri khas dan warisan budaya turun temurun serta kondisi sosial budaya setempat.
6. Ketersediaan pasar adalah kemampuan produk unggulan daerah untuk terserap pada pasar lokal, regional dan nasional serta berpotensi untuk memasuki pasar global.
7. Bahan baku terjamin ketersediaannya dengan perolehan harga yang kompetitif, terjamin kesinambungannya serta ramah lingkungan.
8. Modal adalah ketersediaan dan kecukupan dana bagi kelancaran usaha untuk kebutuhan investasi dan modal kerja.
9. Sarana dan prasarana produksi adalah kemudahan bagi pengusaha PUD untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pada tingkat harga yang kompetitif dan mudah diperoleh.
10. Teknologi yang relevan, tepat guna dan terdapat unsur yang tidak mudah ditiru.
11. Manajemen usaha merupakan kemampuan mengelola usaha secara profesional dengan memanfaatkan talenta dan kelembagaan masyarakat.
12. Harga merupakan kemampuan memberi nilai tambah dan mendatangkan laba usaha.

Keunggulan bersaing mengacu pada faktor-faktor yang memungkinkan suatu unit usaha menghasilkan barang atau jasa yang lebih baik atau lebih murah daripada para pesaingnya. Faktor-faktor ini memungkinkan entitas produktif untuk menghasilkan lebih banyak penjualan atau margin superior dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan kompetitif dikaitkan dengan berbagai faktor termasuk struktur biaya, merek, kualitas penawaran produk,

jaringan distribusi, kekayaan intelektual, dan layanan pelanggan. Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Produk Unggulan Daerah adalah apa yang membuat produk atau layanan suatu entitas lebih diinginkan oleh pelanggan daripada pesaing lainnya. Keunggulan kompetitif dapat dipecah menjadi keunggulan komparatif dan keunggulan diferensial. Keunggulan komparatif adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih efisien daripada pesaing, yang mengarah pada margin keuntungan yang lebih besar. Keunggulan diferensial adalah ketika produk perusahaan dilihat sebagai produk yang unik dan berkualitas lebih tinggi, dibandingkan dengan produk pesaing.

#### **E. Knowledge Management**

*Knowledge management* merupakan proses menciptakan, memperoleh, memahami, membagi, dan menggunakan knowledge, dimanapun knowledge tersebut berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja unit usaha (Scarborough et al, 1999), meliputi identifikasi, penciptaan, akuisisi, transfer, sharing, dan eksploitasi pengetahuan (Chyntia et al, 2005). *Knowledge management* merupakan komponen penting dalam strategi bisnis (Iyer and Ravindran, 2009), karena nilai SDM menjadi semakin penting untuk keunggulan bersaing unit usaha. Dengan knowledge management, kompetensi inti unit usaha dapat dipusatkan dan dikembangkan (Choong and Wong, 2010), yang melingkupi aspek proses bisnis inti dalam meningkatkan keefektifan unit usaha (Chen and Hatzakis, 2008).

Implikasi pengambilan keputusan pada IKM dan UMKM tersentralisasi dan memiliki lebih sedikit jenjang manajemen. Hal ini berarti pengambilan keputusan dapat lebih cepat dibanding organisasi besar (Ghobadian and Galler, 1997). Di samping itu, pemilik IKM dan UMKM juga akan menjadi penggerak utama implementasi knowledge management. Pada IKM dan UMKM, pemilik dan pengelola harus memperhatikan setiap aspek bisnis, yang hal tersebut akan berdampak pada terbatasnya waktu untuk lebih berfokus pada permasalahan strategis yang berhubungan dengan knowledge management. Hal tersebut berbeda dengan manajemen pada organisasi besar, yang memiliki kekuatan untuk mendelegasikan beberapa tanggungjawab kepada karyawan, sehingga

lebih banyak memiliki waktu untuk berfokus pada strategi knowledge management.

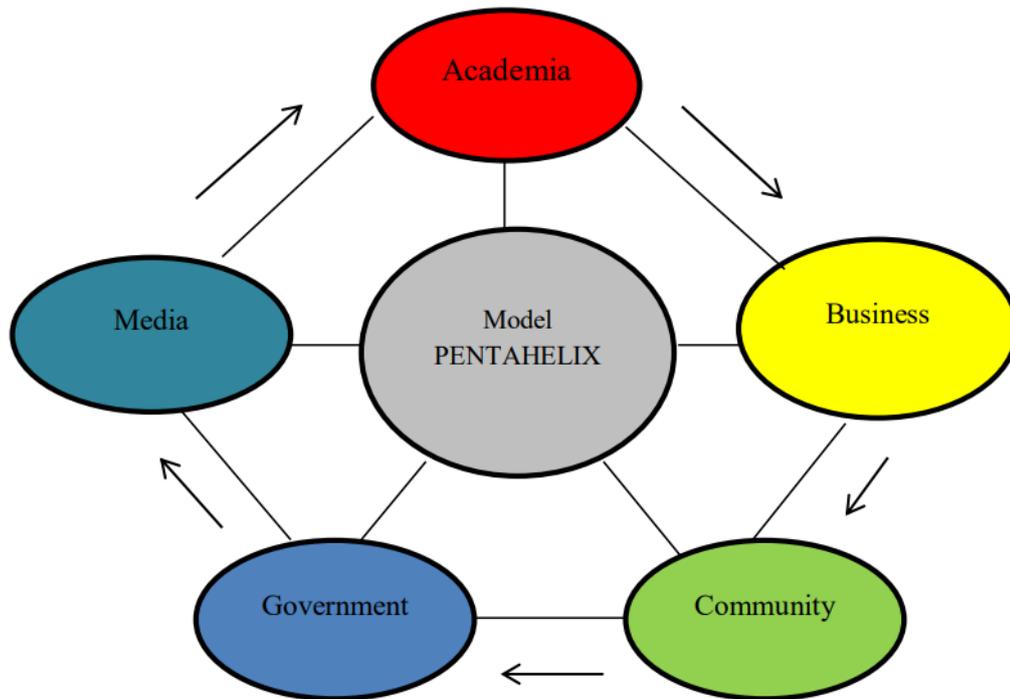
IKM dan UMKM memiliki struktur organisasi sederhana, bersifat flat serta tidak kompleks, yang akan memfasilitasi perubahan inisiatif diantara anggota organisasi karena integrasi fungsional baik secara horizontal maupun vertikal menjadi lebih mudah dicapai dan mengurangi hambatan yang ditemui (Wong and Aspinwall, 2004). Sedangkan organisasi besar memiliki struktur organisasi yang bersifat birokratis, sehingga lambat dan kurang fleksibel dalam memfasilitasi perubahan. Namun demikian, tingkat spesialisasi pada peran masing-masing yang lebih baik pada organisasi besar dibanding pada usaha kecil dan menengah, membuat organisasi besar akan lebih baik dalam implementasi knowledge management.

IKM dan UMKM cenderung memiliki budaya yang natural dan mengalir apa adanya dibanding organisasi besar (Ghobadian and Galler, 1997). Sumber daya manusia IKM dan UMKM biasanya disatukan oleh keyakinan dan nilai umum, sehingga mereka lebih mudah dalam melakukan perubahan dan mengimplementasikan knowledge management. Hal tersebut juga akan mempermudah unit usaha menciptakan budaya berbagi pengetahuan dibanding organisasi besar (Wong and Aspinwall, 2004). Keyakinan dan nilai budaya SDM dapat dipengaruhi oleh pemilik. Hal ini akan menjadi masalah ketika pemilik tidak memercayai SDM atau tidak mendorong munculnya budaya sharing dan transfer pengetahuan. Jika ini terjadi, maka pemilik dapat menghambat pengembangan pengetahuan (Wong and Aspinwall, 2004).

#### **F. Peran *Multi-Stakeholder* dalam Pengembangan usaha mikro dan kecil**

Pemerintah Kota Surakarta memiliki peran penting dalam mengembangkan IKM dan UMKM guna meningkatkan perekonomian daerah. Pengembangan IKM dan UMKM dilakukan oleh Pemerintah dalam upaya untuk mendukung usaha tersebut, baik dari sisi internal maupun sisi eksternal unit, bisa dalam bentuk regulasi, pelatihan pelaku usaha dan tenaga kerja serta bantuan modal dan peralatan. Pengembangan IKM dan UMKM melibatkan berbagai aktor atau biasa disebut *multi-stakeholder*. *Multi-stakeholder* adalah

bagian dari aktor eksternal maupun internal yang memiliki kepentingan dalam keputusan, proyek, atau organisasi tertentu yang mempunyai pengaruh dalam keputusan, proyek, atau organisasi dan/atau mereka yang terkena dampaknya.



Gambar 2.1 Penta Helix

Model pengembangan IKM dan UMKM di Kota Surakarta harus melibatkan unsur Penta Helix, yaitu ABCGM (*Academics, Business Sector, Communities, Government, Media*): Akademisi, Sektor Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media. Unsur Penta Helix ini semula berupa Triple Helix dengan unsur-unsur *Academics, Business Sector, Government*, yang kemudian ditambahkan dengan satu unsur, *Civil Society* (atau *Communities* dalam penelitian ini), menjadi *Quadruple Helix*, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat, dalam hal ini merupakan “masyarakat berbasis media dan budaya” yang juga telah menjadi bagian menyeluruh dari inovasi di Abad-21 ini. Lebih jauh lagi, unsur *Communities* membuka peluang konfigurasi dan jejaring lintas disiplin, serta membebaskan konsep “inovasi” dari sekedar pertimbangan dan tujuan ekonomi, melainkan juga melibatkan kreativitas sebagai bagian dari proses produksi pengetahuan dan inovasi. Sebab penelitian dan inovasi berbasis seni memungkinkan terjadinya

pemikiran atau permodelan ulang terhadap model-model pengembangan ekonomi dan pasar yang sedang tercipta. *Quadruple Helix* ini kemudian ditambahkan satu unsur lagi, yaitu Media, karena dalam konteks pengembangan IKM dan UMKM di Indonesia, Media (baik media konvensional maupun media sosial) memegang peran signifikan, meskipun tetap merupakan elemen yang independen atau tidak langsung terpengaruh oleh unsur-unsur yang lainnya dalam melaksanakan bagian atau fungsinya.

Pelaksanaan program pengembangan IKM dan UMKM di Kota Surakarta menggunakan proses *multi-stakeholder* berguna untuk menyatukan pendapat dari seluruh bagian yang memiliki kepentingan dalam pengembangan usaha mikro dan kecil, termasuk pemerintah yang memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan usaha mikro dan kecil. Ada beberapa alasan yang mendasari pendekatan *multi-stakeholder*, yaitu:

1. Menciptakan suatu wadah untuk membangun konsensus dan kepercayaan di antara masyarakat, usaha mikro dan kecil, pemerintah dan sektor lain yang ikut serta dalam pengembangan usaha mikro dan kecil.
2. Meningkatkan kualitas dan kredibilitas penilaian program.
3. Mendorong keterlibatan peran bersama antara pemerintah dan masyarakat sipil.
4. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas.
5. Memberikan informasi, meningkatkan keterlibatan, mencari masukan
6. Memastikan standar dan proses penilaian itu relevan dan bermakna

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method*, yaitu kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menemukan hasil penelitian yang baik, komprehensif, valid, *reliable*, dan objektif. Pendekatan kuantitatif dalam pengumpulan data menggunakan metode survei dan studi dokumen, sedangkan pendekatan kualitatif menggunakan wawancara mendalam dan studi dokumen. Analisis data untuk pendekatan kuantitatif menggunakan *location quotients* dan *shift share*, sedangkan pendekatan kualitatif menggunakan swot, dan analisis isi.

### B. Objek Penelitian

Objek kajian ini adalah usaha mikro dan kecil di Kota Surakarta. Dalam menentukan objek penelitian menggunakan pedoman populasi. Menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Populasi dari kajian ini adalah produk IKM dan UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat Kota Surakarta. Metode penentuan sampel dari kajian ini adalah *purposive sampling* (penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu). Kriteria sampel dari kajian ini yaitu usaha mikro dan kecil yang memproduksi Produk Unggulan Daerah Kota Surakarta.

### C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer yang dibutuhkan adalah Profil IKM dan UMKM di Kota Surakarta yang telah melakukan adopsi teknologi Digital Tahun 2023. Adapun data sekunder yang dibutuhkan adalah (1) PDRB Kota Surakarta tahun 2018-2022, (2) PDRB Propinsi Jawa Tengah tahun 2018-2022, (3) Jenis dan jumlah IKM dan UMKM

di Kota Surakarta Tahun 2023, (4) Persebaran IKM dan UMKM di Kota Surakarta Tahun 2023.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan pada kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode survey. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil. Metode ini menggunakan pertanyaan terstruktur yang sama pada setiap orang, kemudian semua jawaban yang diperoleh dicatat, diolah dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur tersebut dalam bentuk kuesioner. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.
2. Wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan kajian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data berupa keterangan lisan dari suatu narasumber atau responden tertentu. Data yang dihasilkan dari wawancara dapat dikategorikan sebagai sumber primer karena didapatkan langsung dari sumber pertama.
3. Focus Group Discussion (FGD). FGD bersama pelaku IKM dan UMKM serta stakeholders terkait.
4. Studi dokumen. Studi dokumen adalah metode pengumpulan data untuk menelusuri data histories. Sugiyono (2007) menyatakan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

#### **E. Analisis Data**

Metode analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan metode *location quotion* dan *shift share*. Pendekatan kualitatif menggunakan analisis isi transkrip wawancara dan FGD.

1. **Location Quotient (LQ).** Metode ini untuk menentukan sektor basis dan non basis. Metode LQ salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam model ekonomi basis sebagai langkah awal untuk memahami sektor kegiatan dari PDRB Kota Surakarta yang menjadi pemacu pertumbuhan ekonomi daerah. LQ menjadi indikator sederhana untuk menunjukkan kekuatan peran suatu lapangan usaha dalam suatu daerah dibandingkan dengan daerah di atasnya. Secara umum metode ini digunakan untuk menunjukkan lokasi basis suatu aktivitas serta mengidentifikasi sektor unggulan suatu daerah. Asumsi yang digunakan dalam analisis ini adalah (1) kondisi geografis relatif seragam, (2) pola-pola aktivitas bersifat seragami, dan (3) setiap aktivitas menghasilkan produk yang sama. Persamaan dari LQ ialah:

$$LQ = \frac{\left(\frac{X_{ir}}{X_r}\right)}{\left(\frac{X_{in}}{X_n}\right)}$$

Dimana :

1.  $X_{ir}$  adalah suatu sektor  $i$  di Kota Surakarta
2.  $X_r$  adalah jumlah seluruh sektor di Kota Surakarta
3.  $X_{in}$  adalah adalah suatu sektor  $i$  di Propinsi Jawa Tengah
4.  $X_n$  adalah jumlah seluruh sektor di Propinsi Jawa Tengah

Adapun hasil dari perhitungan LQ dapat diartikan sebagai berikut :

1.  $LQ > 1$ , mengindikasikan dilakukannya ekspor produk pada sektor tersebut, ekspor dilakukan karena adanya surplus. (peranan sektor lebih besar di daerah daripada Propinsi Jawa Tengah)
2.  $LQ < 1$ , mengindikasikan bahwa sektor tersebut perlu melakukan impor karena sektor tersebut belum mampu memenuhi kebutuhan daerah. (peranan sektor lebih kecil di daerah daripada Propinsi Jawa Tengah)

3.  $LQ = 1$ , mengindikasikan bahwa adanya produktivitas berimbang yang berarti sektor ini masih belum layak untuk diekspor. (peranan sektor sama baik di daerah ataupun secara Propinsi Jawa Tengah)
2. **Shift Share.** Tarigan (2015) menjelaskan analisis Shift Share merupakan suatu alat untuk menganalisis pertumbuhan ekonomi di suatu daerah sebagai perubahan atau peningkatan indikator pertumbuhan perekonomian daerah dalam kurun waktu tertentu. Hasil dari analisis Shift Share akan diperoleh gambaran kinerja aktivitas Kota Surakarta yang dapat dijelaskan dari tiga komponen hasil analisis berikut:
- Regional Share** : Perekonomian daerah dipengaruhi oleh pertumbuhan perekonomian Prov. Jateng.
  - Proportional Share** : memiliki kategori yang cepat pertumbuhannya di Daerah dibandingkan pada level Provinsi.
  - Defferential Share** : sektor tersebut mempunyai daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan Provinsi.
  - Total Shift Share** : produktivitas semua sektor ekonomi di daerah adalah tinggi dibandingkan dengan produktivitas sektor ekonomi di Provinsi

**Rumus perhitungan analisis shift share sebagai berikut.**

- Total Shift Share**  $D_{ij} = N_{ij} + M_{ij} + C_{ij}$  atau  $D_{ij} = E_{ij}^* - E_{ij}$
- Regional Share**  $N_{ij} = E_{ij} \times r_n$
- Proportional Share**  $M_{ij} = E_{ij} (r_{in} - r_n)$
- Defferential Share**  $C_{ij} = E_{ij} (r_{ij} - r_{in})$

Dimana:

$E_{ij}$  adalah kesempatan kerja di sektor  $i$  daerah  $j$ ,

$E_{in}$  adalah kesempatan kerja di sektor  $i$  Provinsi Jawa Tengah,

$r_{ij}$  adalah laju pertumbuhan sektor  $i$  di daerah  $j$ ,

$r_{in}$  adalah laju pertumbuhan sektor  $i$  Provinsi Jawa Tengah,

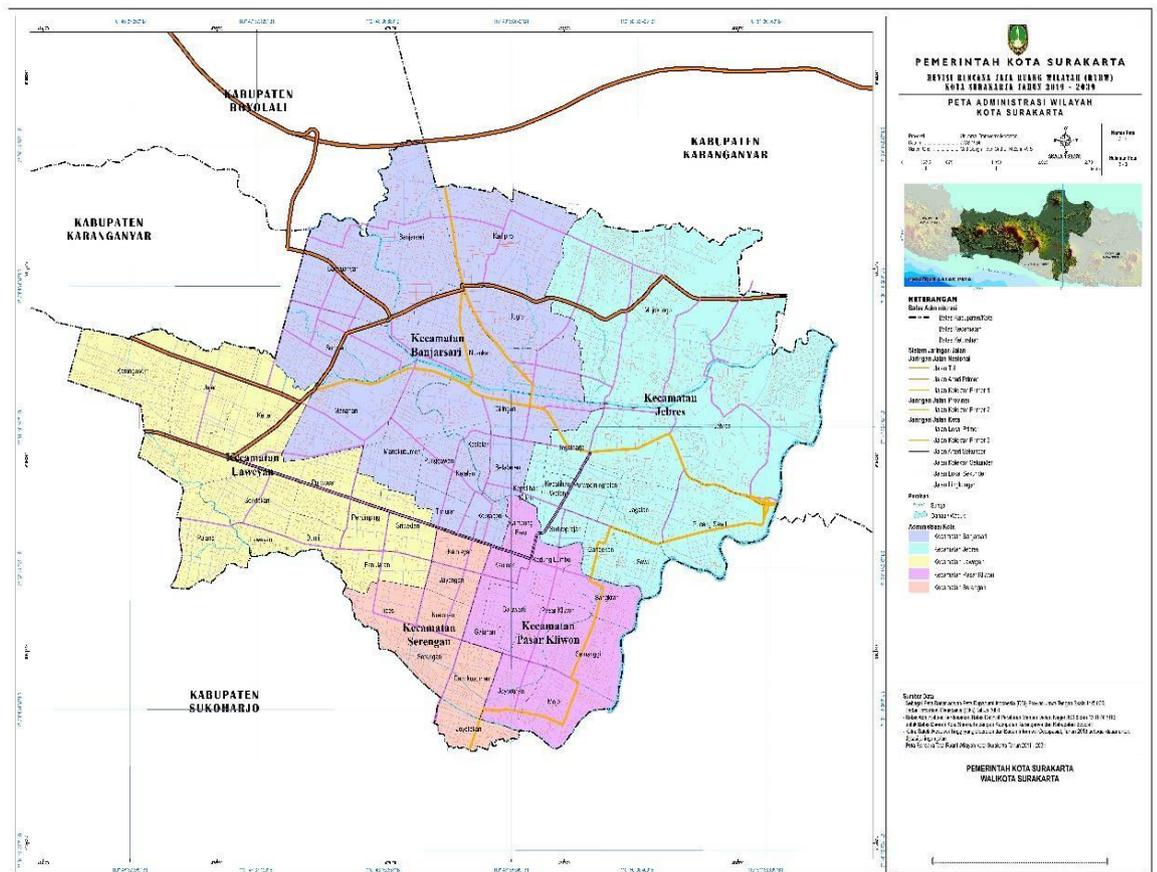
$r_n$  adalah laju pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Tengah.

Tanda asterik (\*) menunjukkan data di akhir tahun analisis.

## BAB IV GAMBARAN UMUM KOTA SURAKARTA

### A. Kondisi Administrasi Wilayah

Kota Surakarta terletak antara 110°45'15"–110°45'35 Bujur Timur dan 7°36'00" – 7°56'00" Lintang Selatan. Wilayah ini termasuk dataran rendah dengan ketinggian ± 92-meter dari permukaan laut dan dilalui oleh sungai Pepe, Jenes, Anyar dan Bengawan Solo. Luas wilayah Kota Surakarta sebesar 46,72 Km<sup>2</sup>. Secara administratif, Kota Surakarta terbagi menjadi 5 wilayah administrasi kecamatan, 54 kelurahan, 626 Rukun Warga (RW).



Sumber: Bagian umum Pemerintah Kota Surakarta, 2021

**Gambar 4.1 Peta Administrasi Kota Surakarta**

Perbatasan administrasi wilayah Kota Surakarta, menurut RTRW Kota Surakarta tahun 2021-2041 adalah sebagai berikut:

Batas Utara : Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Karanganyar  
 Batas Timur : Kabupaten Karanganyar  
 Batas Selatan : Kabupaten Sukoharjo  
 Batas Barat : Kabupaten Sukoharjo

Secara rinci pembagian wilayah administrasi di Kota Surakarta dapat dilihat dalam tabel 4.1. berikut ini.

**Tabel 4.1 Pembagian Wilayah Administrasi Kota Surakarta**

Kecamatan	Kelurahan	Luas Wilayah (Km <sup>2</sup> )	RW	RT
Laweyan	11	9,126	105	458
Serengan	7	3,083	72	313
Pasar Kliwon	10	4,882	101	437
Jebres	11	14,377	153	651
Banjarsari	15	14,810	195	930
<b>Kota Surakarta</b>	<b>54</b>	<b>46,724</b>	<b>626</b>	<b>2.789</b>

Sumber: SK Walikota Surakarta No. 146.3/12.2 Tahun 2020 tentang Batas Kecamatan dan Kelurahan, SK Walikota No. 149.1/30 Tahun 2021 tentang Pengurus Rukun Tetangga Kota Surakarta, dan SK Walikota No. 149.1/31 Tahun 2021 tentang Pengurus Rukun Warga Kota Surakarta.

Kota Surakarta terdiri dari 5 kecamatan, 54 kelurahan, 626 RW dengan jumlah RT sebanyak 2.786. Kecamatan Banjarsari memiliki wilayah yang paling luas, yaitu 14,810 km<sup>2</sup> dan Kecamatan Serengan memiliki wilayah paling kecil, yaitu 3,083 km<sup>2</sup>. Dengan kondisi ini, Kecamatan Banjarsari memiliki kelurahan terbanyak yaitu 15 kelurahan, dan paling sedikit di Kecamatan Serengan, yaitu sebanyak 7 kelurahan. Jumlah RW terbanyak terdapat di Kecamatan Banjarsari yaitu sebanyak 195 dengan jumlah RT

sebanyak 930. Jumlah RW dan RT yang paling kecil adalah Kec, Serengan yaitu sebanyak 72 RW dan 313 RT.

## B. Kondisi Geografis

Kota Surakarta secara geografis berada antara 110°45'15"-110°45'35" Bujur Timur dan 7°36'00"- 7°56'00" Lintang Selatan. Kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah dan Di Yogyakarta yang menunjang kota-kota lainnya seperti Semarang maupun Yogyakarta. Kota Surakarta atau lebih dikenal dengan "Kota Solo" termasuk daerah dataran rendah yang memiliki ketinggian antara ±92 meter di atas permukaan laut dan kemiringan lahan antara 0% hingga 15%. Berikut adalah tabel yang menunjukkan kondisi topografi Kota Surakarta ditinjau dari ketinggian dan kemiringan lahan tiap kecamatan.

**Tabel 4.2 Kondisi Topografi Kota Surakarta**

Kecamatan	Ketinggian Tempat (mdpl)	Kemiringan Tanah
Kec. Laweyan	90 – 100	0 – 2 %
Kec. Serengan	80 – 100	0 – 2 %
Kec. Pasar Kliwon	80 – 95	0 – 2 %
Kec. Jebres	90 – 120	2 – 15%
Kec. Banjarsari	85 – 100	0 – 2 %
Kota Surakarta	80 - 120	0 – 15%

Sumber: BPS Kota Surakarta (2023)

Kota Surakarta tergolong dalam iklim tropis, yaitu memiliki bulan kering mencapai 5 bulan (Mei-September) dan bulan basah sebanyak 7 bulan (Oktober-April) dengan dengan suhu rata-rata 24,8°C sampai 18,1°C. Tingkat Kelembaban tergolong sedang yaitu berkisar antara 66-84%. Sedangkan penyinaran matahari di Kota Surakarta tertinggi terjadi pada bulan Agustus atau September dengan radiasi matahari antara 80–84%, sementara penyinaran terendah terjadi pada bulan Desember atau Januari dengan

radiasi matahari sekitar 48 – 50%. Tekanan udara antara 1.007-1011 atmosfir, rata-rata sebesar 1.010 atmosfir. Kondisi Curah hujan pada tahun 2011 sebesar 2.548,50 mm/th, lebih rendah dibandingkan tahun 2010 sebesar 3.408 mm/thn dan tahun 2009 sebesar 2.332,5 mm/th.

### C. Kondisi Rencana Struktur Ruang

Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Surakarta tahun 2021-2041 dijelaskan bahwa Kota Surakarta memiliki satu Pusat Pelayanan Kota (PPK) yang membawahi 6 Sistem Pusat Pelayanan Kota.

**Tabel 4.3 Pembagian Sistem Pusat Pelayanan Kota Surakarta Tahun 2021-2041**

No	Sub Pusat Pelayanan Kota	Kecamatan Tercakup	Arah Fungsi Kawasan
1	I	Kec. Jebres, Laweyan, Pasar Kliwon, Serengan	Pariwisata Budaya, Perdagangan dan jasa, olahraga, Industri kreatif
2	II	Kec. Banjarsari, dan Laweyan	Pariwisata, olahraga, Industri kreatif
3	III	Kec. Banjarsari	Permukiman, perdagangan dan jasa
4	IV	Kec. Banjarsari dan Kec. Jebres	Permukiman, perdagangan dan jasa, Industri kecil dan industri ringan
5	V	Kec. Banjarsari dan Kec. Jebres	Pariwisata, Pendidikan Tinggi, Industri kreatif
6	VI	Kec. Banjarsari, Kec. Jebres, Kec. Laweyan	Pemerintahan, Pariwisata budaya, Perdagangan dan Jasa

Sumber: RTRW Kota Surakarta, 2021-2041

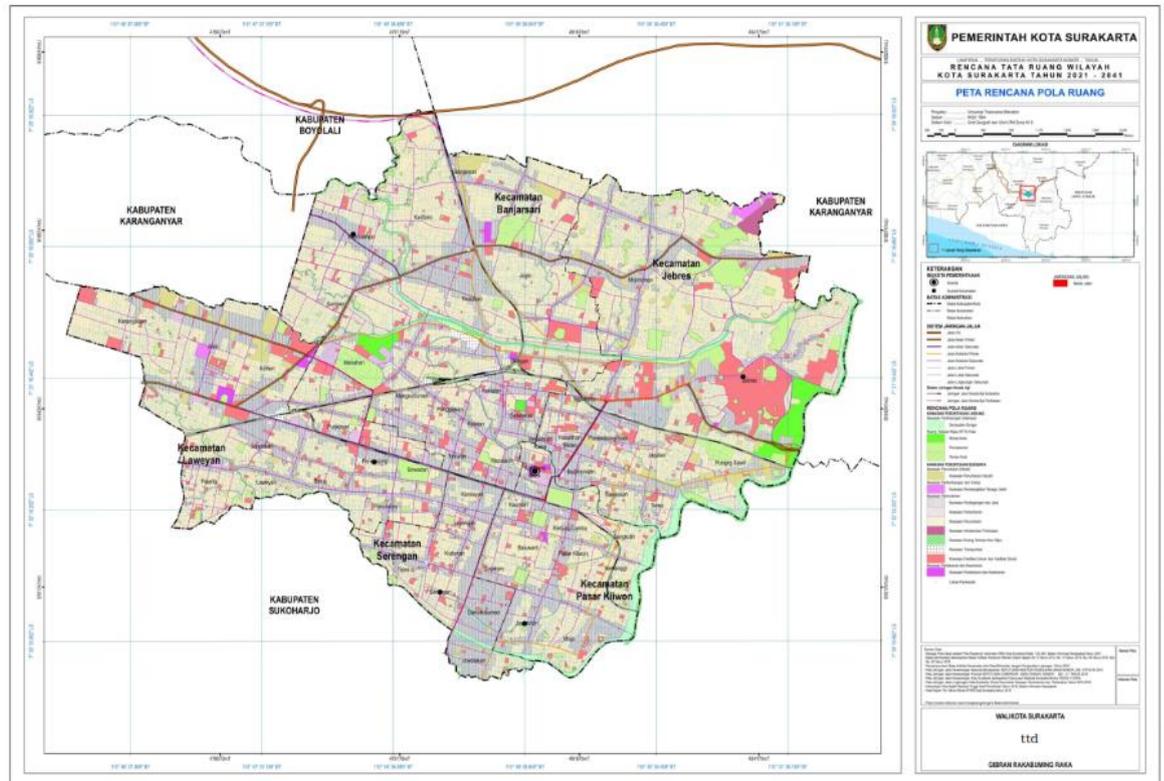
Di lingkup Provinsi Jawa Tengah, posisi Surakarta merupakan kawasan strategis, yaitu kawasan yang mempunyai karakter khusus dan perlu ditangani secara tersendiri, berpotensi mendorong perkembangan kawasan sekitar dan/atau berpengaruh terhadap perkembangan wilayah Kota Surakarta secara umum. Kawasan strategis provinsi yang ada di Kota Surakarta adalah:

1) Kawasan Perkotaan Surakarta–Boyolali–Sukoharjo–Karanganyar–Wonogiri Sragen–Klaten (Subosukawonosraten)

2) Kawasan Pariwisata terpadu Surakarta dan sekitarnya

Sedangkan kawasan strategis Kota Surakarta yang ditentukan dalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021–2041 terdiri dari beberapa kawasan strategis yaitu:

- 1) Kawasan Strategis dari Sudut Kepentingan Pertumbuhan Ekonomi, meliputi: (i) Kawasan stasiun Purwosari dan sekitarnya; (ii) Kawasan stasiun Jebres dan sekitarnya; ((iii) Kawasan Pasar Gede dan sekitarnya; (iv) Kawasan Joglo dan sekitarnya; (v) Kawasan Gading dan sekitarnya; dan (vi) Kawasan Pasar Klewer dan sekitarnya.
- 2) Kawasan Strategis Dari Sudut Kepentingan Sosial Budaya, antara lain, (i) Kawasan Keraton Kasunanan dan sekitarnya; (ii) kawasan Pura Mangkunegaran dan sekitarnya; (iii) Kawasan Taman Sriwedari dan sekitarnya; dan (iv) Kawasan Taman Balekambang dan sekitarnya.
- 3) Kawasan Strategis Dari Sudut Kepentingan Pendayagunaan Sumber Daya Alam dan/atau Teknologi Tinggi, yaitu kawasan *Solo Techno Park* (STP) dan sekitarnya.
- 4) Kawasan Strategis Dari Sudut Kepentingan Fungsi dan Daya Dukung Lingkungan Hidup, yaitu Kawasan Satwa Taru Jurug dan sekitarnya.



Sumber: Perda Kota Surakarta No. 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta tahun 2021-2041

**Gambar 4.2 Kawasan Strategis Kota Surakarta Tahun 2021-2041**

#### D. Kondisi Pertumbuhan IKM di Kota Surakarta

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor tumpuan bagi Kota Surakarta, tercermin dari pertumbuhan dalam hal jumlah unit usaha. Hingga tahun 2021 tercatat 1.173-unit usaha kecil dan menengah di Kota Surakarta, serta 156 usaha kreatif dan 5710 usaha non formal yang berpotensi mencakup pelaku usaha level mikro. Keberadaan IKM Kota Surakarta memiliki jumlah lebih baik dibanding daerah berkarakteristik urban lainnya di wilayah Jawa Tengah (Padwangi, 2019). Badan Pusat Statistik Kota Surakarta mencatat bahwa hingga tahun 2021 terdapat 261 usaha menengah, 912 usaha kecil, dan 5710 usaha kreatif dan non formal di mana usaha mikro berpotensi masuk di dalamnya. Jumlah unit usaha menurun sebesar 5,09% dibanding tahun 2020.

**Tabel 4.4 Pertumbuhan IKM di Kota Surakarta**

Jenis Industri	Tahun		Pertumbuhan
	2020	2021	
Menengah	275	261	-5.09%
Kecil	960	912	-5.00%
Kreatif	164	156	-4.88%
Non-Formal	6010	5710	-4.99%
<b>Total Pertumbuhan</b>			<b>-4.99%</b>

Sumber: Surakarta dalam Angka 2023

Secara lebih spesifik dalam mengklasifikasikan UMKM berdasarkan data yang dirilis oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta, terdapat 43.804-unit UMKM per tahun 2017 di Kota Surakarta. Kuantitas ini terdiri dari 41.512 usaha berskala mikro, 2.197 usaha berskala kecil, dan 95 usaha berskala menengah. Meski begitu, dari besarnya jumlah unit UMKM tersebut hanya sebanyak 2.978-unit usaha saja yang sudah menjadi UMKM binaan Pemerintah Kota Surakarta. Dengan demikian, masih terdapat 40.826-unit usaha potensial untuk dikembangkan melalui program-program pendampingan dan pembinaan. Pembinaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan UMKM di Kota Surakarta terus berfokus pada upaya pemasaran produk yang selama ini terkendala karena kebanyakan ritel atau lapak modern memberikan persyaratan berupa ijin produk atau sertifikasi-sertifikasi lainnya.

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Surakarta terus menunjukkan arah yang signifikan. Dapat dilihat secara umum penyerapan tenaga kerja daerah tidak terlepas dari kontribusi UMKM (Sathish & Rajamohan, 2018). UMKM yang ada di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja di Indonesia hingga 96%. Berdasarkan data tahun 2018 jumlah usaha mikro mencapai 58,91 juta, Jumlah usaha kecil sejumlah 59,260 juta, jumlah usaha menengah 4,987 juta. Di Indonesia, total UMKM pada tahun 2018 mampu menyerap sebanyak 64,2 juta.

Sektor Usaha Menengah, Kecil, dan Industri Kreatif dan Nonformal yang memungkinkan menyerap usaha mikro di Kota Surakarta mampu menyerap sebanyak 33.027 tenaga kerja. Sektor usaha kecil dan menengah menyerap paling banyak tenaga kerja yaitu sebesar 16.422 tenaga kerja pada tahun 2021. Sementara itu, jumlah penduduk angkatan kerja di Kota Surakarta adalah 282.178 penduduk, dimana 260.025 atau 92,15% dari penduduk berusia 15 tahun ke atas merupakan penduduk yang memiliki pekerjaan.

**Tabel 4.5 Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Surakarta**

Skala Usaha	Penyerapan Tenaga Kerja	
	2020	2021
Besar	13.391	12.435
Menengah	7.850	7.458
Kecil	8.572	8.143
Kreatif	164	941
Non-Formal	16.441	15.619

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Surakarta (2023)

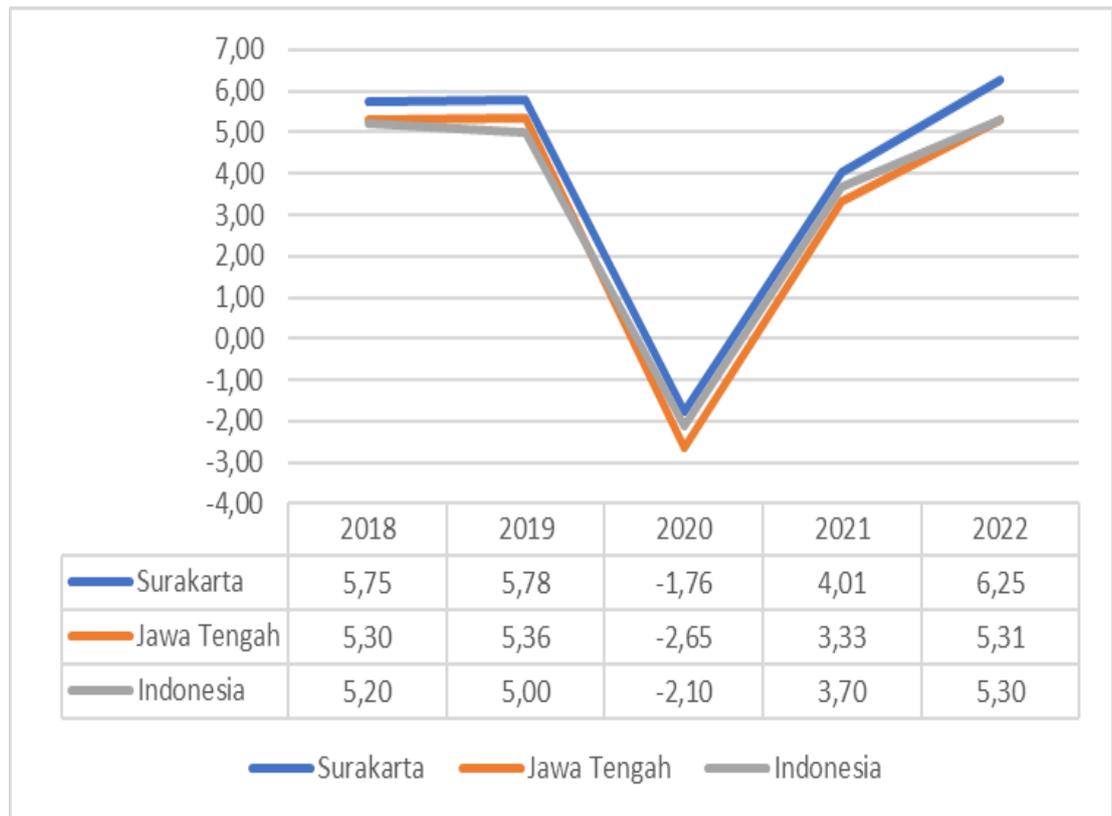
#### **E. Kondisi Perekonomian Daerah**

Kondisi ekonomi daerah dan kinerja pembangunan ekonomi di suatu daerah dalam suatu periode tertentu dapat dilihat dari nilai dan sebaran PDRB, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. PDRB pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu daerah tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi.

PDRB atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga pada tahun berjalan, sedang PDRB atas dasar harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu sebagai tahun dasar, sebagai contoh perhitungan PDRB di Indonesia menggunakan tahun dasarnya yaitu tahun 2010.

PDRB atas dasar harga konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi secara riil dari tahun ke tahun atau pertumbuhan

ekonomi yang tidak dipengaruhi oleh faktor harga. Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta terlihat fluktuasi, meskipun nilainya lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Tengah dan nasional sebagaimana terlihat dalam grafik di bawah ini.



Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

**Gambar 4.3 Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2018-2022**

Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta dalam rentang waktu tahun 2017 sampai dengan 2021 menunjukkan fluktuasi. Tahun 2018 dan 2019 mengalami tren kenaikan yaitu sebesar 0,3%. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah, pada periode tahun 2018 sampai dengan 2019 pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta diatas Jawa Tengah, sedangkan tahun 2020 dikarenakan pandemi, pertumbuhan ekonomi nasional hingga daerah mengalami penurunan, terlihat Surakarta mengalami penurunan 1,74% lebih turun daripada Jawa tengah yang hanya turun

sebesar 0,87%. Namun pada tahun 2021 kondisi perekonomian menunjukkan perbaikan dimana Kota Surakarta bertumbuh sebesar 4,01% lebih baik dibanding dengan pertumbuhan Jawa Tengah maupun Nasional yang masing-masing bertumbuh 2,60% dan 3,69%

Pada tahun 2021 sektor primer di Kota Surakarta terdiri dari sektor pertanian, pertambangan dan penggalian memberikan sumbangan total mencapai Rp. 253,64 milyar. Sektor sekunder dengan sektor industri pengolahan, listrik gas dan air bersih, konstruksi memberikan kontribusi total sebesar Rp. 17.963,60 miliar. PDRB sektor tersier merupakan sektor ekonomi yang berkaitan dengan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan informasi, daya cipta, organisasi dan koordinasi antar manusia sehingga tidak memproduksi dalam bentuk fisik melainkan dalam bentuk jasa. Sektor ini meliputi lapangan usaha perdagangan, restoran, hotel, angkutan, keuangan, komunikasi, dan jasa-jasa. Sedangkan sektor tersier mendominasi struktur ekonomi terhadap PDRB Kota Surakarta pada tahun 2021. Sektor perdagangan, hotel dan restoran, pengangkutan dan komunikasi, keuangan dan jasa perusahaan dan jasa-jasa memberikan sumbangan terhadap PDRB Kota Surakarta secara keseluruhan.

Laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Kota Surakarta mengalami tren yang fluktuatif dalam kurun 3 tahun terakhir.

**Tabel 4.6 PDRB Kota Surakarta atas Dasar Harga Berlaku (juta rupiah)**

	Kategori	2018	2019	2020	2021	2022
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	219,28	233,43	243,79	253,40	265,55
B	Pertambangan dan Penggalian	0,31	0,29	0,28	0,24	0,20
C	Industri Pengolahan	3755,54	4059,99	4017,39	4362,55	4797,44
D	Pengadaan Listrik dan Gas	89,45	94,47	95,47	104,63	111,25
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	64,54	68,56	74,92	71,49	70,98

	<b>Kategori</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
F	Konstruksi	12059,89	13008,93	12878,84	13423,88	14517,92
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	9840,82	10635,52	10306,41	11063,42	12183,47
H	Transportasi dan Pergudangan	1133,74	1241,38	491,17	524,38	1294,67
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2438,52	2596,80	2167,24	2379,35	3602,86
J	Informasi dan Komunikasi	5182,97	5764,43	6929,68	7486,88	7671,54
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	1704,37	1805,30	1856,88	1968,24	2144,79
L	Real Estate	1760,87	1846,24	1890,73	1974,90	2147,89
M, N	Jasa Perusahaan	372,42	414,24	387,89	402,03	453,36
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	2459,81	2594,39	2567,43	2574,05	2692,90
P	Jasa Pendidikan	2425,95	2643,71	2688,47	2740,94	2889,39
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	499,08	535,37	622,77	635,80	674,13
R, S, T,U	Jasa Lainnya	422,26	456,68	402,47	406,40	446,47
	<b>Produk Domestik Regional Bruto</b>	<b>44429,82</b>	<b>47999,71</b>	<b>47621,82</b>	<b>50371,56</b>	<b>55964,80</b>

Sumber: Surakarta dalam Angka 2023

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku Kota Surakarta tahun 2022 adalah Rp 55.964,80 miliar, atau mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan tahun 2021 dengan PDRB senilai Rp 50.371,56 miliar. Angka tersebut didominasi oleh sektor Konstruksi dengan sumbangan Rp 1.4517,92 miliar, dan paling sedikit di sektor Pertambangan dan Penggalian dengan sumbangan hanya Rp 0,20 miliar.

**Tabel 4.7 PDRB Kota Surakarta atas Dasar Harga Konstan (juta rupiah)**

	Kategori	2018	2019	2020	2021	2022
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	141,98	146,19	149,00	152,19	155,55
B	Pertambangan dan Penggalian	0,20	0,19	0,17	0,15	0,12
C	Industri Pengolahan	2556,98	2707,25	2598,56	2757,76	2915,40
D	Pengadaan Listrik dan Gas	75,71	79,65	80,91	86,46	91,17
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	56,32	58,99	60,89	58,27	56,55
F	Konstruksi	8688,09	9088,77	8909,74	8971,03	9067,63
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	7800,99	8205,09	7779,82	8227,24	8605,95
H	Transportasi dan Pergudangan	960,62	1030,90	386,20	399,57	924,54
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1672,61	1759,78	1474,71	1599,05	2296,55
J	Informasi dan Komunikasi	4897,77	5393,51	6455,88	6951,67	7098,63
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	1131,38	1181,58	1206,75	1234,32	1261,34
L	Real Estate	1433,84	1476,56	1482,89	1533,57	1622,05
M, N	Jasa Perusahaan	256,24	280,67	256,72	262,33	280,15
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1732,86	1800,42	1761,68	1758,28	1796,91
P	Jasa Pendidikan	1411,14	1495,59	1481,24	1483,18	1532,10
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	357,00	379,10	425,01	430,20	446,54
R, S, T,U	Jasa Lainnya	332,18	356,88	305,78	305,98	324,81
	<b>Produk Domestik Regional Bruto</b>	<b>33505,90</b>	<b>35441,11</b>	<b>34825,97</b>	<b>36211,25</b>	<b>38475,99</b>

Sumber: Surakarta dalam Angka 2023

Tabel 4.8. Distribusi PDRB Seri 2010 Menurut Lapangan Usaha 2018-2022

	Kategori	2018	2019	2020	2021	2022
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0,49	0,49	0,51	0,5	0,47
B	Pertambangan dan Penggalian	0	0	0	0	0
C	Industri Pengolahan	8,45	8,46	8,44	8,66	8,57
D	Pengadaan Listrik dan Gas	0,2	0,2	0,2	0,21	0,20
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,15	0,14	0,16	0,14	0,13
F	Konstruksi	27,14	27,1	27,04	26,65	25,94
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	22,15	22,16	21,64	21,96	21,77
H	Transportasi dan Pergudangan	2,55	2,59	1,03	1,04	2,31
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,49	5,41	4,55	4,72	6,44
J	Informasi dan Komunikasi	11,67	12,01	14,55	14,86	13,71
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	3,84	3,76	3,9	3,91	3,83
L	Real Estate	3,96	3,85	3,97	3,92	3,84
M, N	Jasa Perusahaan	0,84	0,86	0,81	0,8	0,81
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5,54	5,41	5,39	5,11	4,81
P	Jasa Pendidikan	5,46	5,51	5,65	5,44	5,16
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,12	1,12	1,31	1,26	1,20
R, S, T, U	Jasa Lainnya	0,95	0,95	0,85	0,81	0,80
A	<b>Produk Domestik Regional Bruto</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Surakarta dalam Angka 2023

Kinerja perekonomian Kota Surakarta selama lima tahun terakhir dapat dilihat dari PDRB atas dasar harga konstan. Nilai PDRB Kota Surakarta berdasarkan harga konstan 2010 (ADHK 2010) menunjukkan peningkatan setiap tahunnya kecuali pada tahun 2020. PDRB ADHK pada tahun 2020 tercatat sebesar 47.644,56 miliar rupiah, menurun dari tahun sebelumnya sebesar 48.003,06 miliar rupiah. Angka PDRB dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dengan berbagai variasi. Hal ini dapat dimaklumi karena ada kebijakan-kebijakan yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap kondisi perekonomian Kota Surakarta. Laju pertumbuhan ekonomi dua tahun terakhir mulai membaik. Rata-rata pertumbuhan ekonomi selama 3 tahun terakhir adalah 4,01%.

Berdasarkan distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha Kota Surakarta tahun 2018-2022, dari 17 sektor-sektor penyusun PDRB tersebut kontribusi per sektoral didominasi oleh sektor konstruksi, sektor perdagangan besar dan eceran, dan sektor komunikasi dan informasi. Pada tahun 2022, kontribusi sektor konstruksi menyumbang 25,94%, sektor perdagangan besar dan eceran sebesar 21,77%, dan sektor komunikasi dan informasi sebesar 13,71%.

#### **F. Kondisi Demografis**

Jumlah penduduk Kota Surakarta pada tahun 2022 sebanyak 523.008 jiwa. Dari jumlah tersebut penduduk berjenis kelamin laki-laki jumlahnya lebih rendah dibandingkan penduduk perempuan. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 257.257 jiwa, sedangkan penduduk perempuan sejumlah 265.751 jiwa. Sedangkan rasio jenis kelamin di Kota Surakarta sebesar 0,968. Dilihat dari tren perkembangan jumlah penduduk pada tahun 2018 hingga tahun 2022 terjadi peningkatan setiap tahunnya dengan laju pertumbuhan sebesar 0,05% pada tahun 2022. Kepadatan penduduk Kota Surakarta pada tahun 2022 sebesar 11.193,51 jiwa/km<sup>2</sup>, menurun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 11.187,52 jiwa/km<sup>2</sup>.

**Tabel 4.9 Jumlah Penduduk Kota Surakarta Tahun 2018 – 2022**

No	Keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Jumlah Penduduk	517.887	575.230	522.364	522.728	523.008
	Laki-laki	251.772	283.295	257.043	257.171	257.257
	Perempuan	266.115	291.935	265.321	265.557	265.751
2.	Laju Pertumbuhan (%)	0,346	0,97	0,44	0,07	0,05
3.	Rasio Jenis Kelamin	0,95	0,97	0,969	0,968	0,968
4.	Kepadatan Penduduk	11.759,31	13.061,53	11.861,13	11.187,52	11.193,51

Sumber: BPS Kota Surakarta, 2023.

**Tabel 4.10 Jumlah Penduduk Kota Surakarta Per Kecamatan tahun 2022**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Kepadatan
1	Laweyan	88.617	9.705,92
2	Serengan	47.921	15.544,23
3	Pasar Kliwon	78.600	16.101,19
4	Jebres	138.921	9.662,69
5	Banjarsari	168.949	11.074,11
	<b>Surakarta</b>	<b>523.008</b>	<b>11.193,51</b>

Sumber: BPS Kota Surakarta, 2023

Persebaran penduduk Kota Surakarta tahun 2022 berdasarkan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi adalah Kecamatan Banjarsari mencapai sebesar 168.949 jiwa atau sebanyak 32,31% dari keseluruhan populasi Surakarta, sedangkan kecamatan yang memiliki penduduk terendah adalah Kecamatan Serengan yaitu sebesar 47.921 jiwa atau sebesar 9,16% dari total populasi Surakarta.

## BAB V

### SEKTOR UNGGULAN, PROFIL IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

Industri kecil dan Menengah (IKM) dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Surakarta memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian daerah. IKM dan UMKM berkontribusi dalam penyerapan mayoritas tenaga kerja, sebagai sumber pendapatan pelaku usaha dan masyarakat Kota Surakarta, dan berkontribusi pada PDRB. Dalam melaksanakan pembangunan ekonomi daerah, Pemerintah Kota Surakarta harus menentukan skala prioritas dalam pengembangan IKM dan UMKM, yaitu fokus terhadap pengembangan IKM dan UMKM sektor unggulan dan pengembangan IKM dan UMKM yang memproduksi produk unggulan daerah karena mereka memiliki *multiplier effect* yang besar bagi pembangunan Kota Surakarta.

#### A. Sektor Unggulan

Pembangunan Kota Surakarta yang berkesinambungan harus didasarkan pada potensi sumber daya daerah. Pemerintah Kota Surakarta dalam melakukan pembangunan ekonomi daerah hendaknya menekankan pada sektor unggulan daerah. Sektor unggulan tersebut ditetapkan melalui dua analisis, yaitu analisis *shift share* dan *location quotient*.

##### 1. Analisis *Shift Share*

*Shift share* merupakan teknik analisis untuk mengetahui perubahan struktur ekonomi Kota Surakarta terhadap perubahan struktur ekonomi Provinsi Jawa Tengah. Analisis ini bertujuan untuk menentukan produktivitas perekonomian Kota Surakarta terhadap perekonomian Provinsi Jawa Tengah. Variabel yang digunakan PDRB Kota Surakarta dan PDRB Provinsi Jawa Tengah tahun 2018-2022.

Berdasarkan hasil analisis *shift share* seperti yang dipaparkan pada tabel 5.1 di bawah disebutkan bahwa semua lapangan usaha memiliki komponen regional share yang positif. Hasil menunjukkan bahwa perekonomian Kota Surakarta dipengaruhi secara positif oleh pertumbuhan perekonomian Provinsi

Jawa Tengah. Kebijakan umum dalam lingkup Provinsi Jawa Tengah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan sector pembangunan di Kota Surakarta. Semua sektor ekonomi di Kota Surakarta mendapat dampak besar dari pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa tengah.

**Tabel 5.1. Hasil Analisis Shift Share**

Kategori	Lapangan Usaha	<i>Regional Share</i>	<i>Proportional Share</i>	<i>Differential Share</i>	Total Shift Share
A	Pertanian, Kehutanan dan perikanan	16.478,93	-5.678,59	2.770,51	13.571
B	Pertambangan dan Penggalian	24,11	-23,28	-85,20	-84
C	Industri pengolahan	306.838,16	-116.130,95	167.709,50	358.417
D	Pengadaan Listrik dan gas	9.084,72	4.596,85	1.786,49	15.468
E	Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	6.757,89	1.236,15	-7.763,71	230
F	Konstruksi	1.042.570,23	-136.279,46	-526.749,47	379.541
G	Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	936.119,18	39.950,41	-171.108,36	804.961
H	Transportasi dan Pergudangan	115.273,81	183.406,22	-334.752,78	-36.073
I	Penyediaan akomodasi dan makan minum	200.713,64	206.882,16	216.343,04	623.939
J	Informasi dan Komunikasi	587.732,22	1.387.008,21	226.119,53	2.200.860
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	135.765,57	-45.062,24	39.257,62	129.961
L	Real Estate	172.060,29	14.009,60	2.147,09	188.217
M, N	Jasa Perusahaan	30.748,71	622,93	-7.465,02	23.907

O	Admin, Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan sosial wajib	207.943,54	-152.150,63	8.256,51	64.049
P	Jasa Pendidikan	169.336,73	-40.896,87	-7.483,11	120.957
Q	Jasa Kesehatan dan kegiatan Sosial	42.840,22	23.509,92	23.186,87	89.537
R, S, T, U	Jasa Lainnya	39.861,95	2.359,18	-49.592,13	-7.371

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018-2022

Berdasarkan perhitungan *Proportional Share* dijelaskan bahwa lapangan usaha (1) pertanian, kehutanan dan perikanan (2) pertambangan dan penggalan (3) industry pengolahan (4) konstruksi (5) jasa keuangan dan asuransi (6) admin, pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib (7) jasa pendidikan memiliki nilai negative. Artinya lapangan usaha ini tidak mampu menopang kinerja sectoral pada tingkat Provinsi Jawa Tengah. Dengan kata lain, lapangan usaha ini memiliki kategori yang tergolong lambat kemajuan dan pertumbuhannya di Kota Surakarta dibandingkan dengan kategori yang sama pada level provinsi. Sedangkan lapangan usaha (1) pengadaan listrik dan gas (2) pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang (3) perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor (4) transportasi dan pergudangan (5) penyediaan akomodasi dan makan minum (6) informasi dan komunikasi (7) real estate (8) jasa perusahaan (9) jasa Kesehatan dan kegiatan sosial (10) jasa lainnya memiliki nilai positif. Berarti lapangan usaha tersebut mampu menopang kinerja lapangan usaha di tingkat Provinsi Jawa Tengah. Lapangan usaha ini memiliki kategori yang cepat kemajuan atau pertumbuhannya di Kota Surakarta dibandingkan dengan kategori yang sama pada level provinsi.

Selanjutnya, terdapat delapan Lapangan usaha di Kota Surakarta mempunyai nilai komponen *+Differensial Share* yang negatif, yaitu (1) Pertambangan dan Penggalan (2) Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah, dan daur ulang (3) konstruksi (4) Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor (5) transportasi dan pergudangan (6) jasa

perusahaan (7) jasa pendidikan (8) jasa lainnya. Ini menunjukkan bahwa sector tersebut di Kota Surakarta mempunyai daya saing yang lebih rendah daripada daya saing Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan analisis *Total Shift Share* sebagaimana diatas, ditarik kesimpulan bahwa produktivitas semua sektor ekonomi di Kota Surakarta adalah cukup tinggi dibandingkan dengan produktivitas sektor ekonomi di Provinsi Jawa Tengah, kecuali sector pertambangan dan penggalian, transportasi dan pergudangan dan jasa lainnya merupakan kategori pendorong pertumbuhan kategori yang sama di level provinsi.

## 2. Analisis *Location Quotient* (LQ)

LQ merupakan teknik analisis untuk menentukan potensi spesialisasi suatu daerah terhadap aktivitas ekonomi yang utama, atau untuk menentukan sector basis, yaitu sektor ekonomi yang dapat untuk memenuhi kebutuhan daerah sendiri dan daerah lain. Data yang digunakan dalam analisis ini adalah PDRB Kota Surakarta dan Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan perhitungan LQ tahun 2018-2022 diketahui bahwa lapangan usaha di Kota Surakarta secara umum relative stabil. Selama lima tahun terakhir hanya terdapat 1 sektor yang mengalami perubahan posisi dari status non-basis ke basis.

**Tabel 5.2 Hasil Analisis *Location Quotient* (LQ)**

Kategori	Lapangan Usaha	2018	2019	2020	2021	2022
A	Pertanian, Kehutanan dan perikanan	0,312	0,033	0,033	0,033	0,032
B	Pertambangan dan Penggalian	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000
C	Industri pengolahan	2,118	0,224	0,221	0,228	0,230
D	Pengadaan Listrik dan gas	19,634	2,053	2,031	2,034	2,049
E	Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	22,808	2,400	2,400	2,155	2,052

Kategori	Lapangan Usaha	2018	2019	2020	2021	2022
F	Konstruksi	23,563	2,462	2,485	2,316	2,278
G	Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	15,242	1,586	1,549	1,538	1,529
H	Transportasi dan Pergudangan	7,980	0,828	0,454	0,452	0,599
I	Penyediaan akomodasi dan makan minum	14,557	1,472	1,329	1,351	1,644
J	Informasi dan Komunikasi	28,724	2,971	3,047	3,074	3,036
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	11,777	1,246	1,234	1,234	1,243
L	Real Estate	21,499	2,199	2,195	2,208	2,202
M,N	Jasa Perusahaan	18,945	1,968	1,922	1,893	1,888
O	Admin, Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan sosial wajib	19,157	2,012	1,978	1,974	1,969
P	Jasa Pendidikan	10,378	1,072	1,054	1,048	1,056
Q	Jasa Kesehatan dan kegiatan Sosial	11,635	1,214	1,246	1,251	1,255
R,S,T,U	Jasa Lainnya	5,562	0,575	0,530	0,524	0,494

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018-2022

Dari perhitungan LQ untuk 5 (lima) tahun terakhir, sektor ekonomi yang memiliki nilai LQ > 1 adalah sector pengadaan listrik dan gas, pengadaan air pengelolaan sampah limbah dan daur ulang, konstruksi, perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, penyediaan akomodasi dan makan minum, informasi dan komunikasi, jasa keuangan dan asuransi, real estate, jasa perusahaan, admin pemerintahan pertahanan dan jaminan sosial wajib, jasa pendidikan, jasa Kesehatan dan kegiatan sosial, dan jasa lainnya. Dengan demikian, sector-sektor tersebut merupakan sector basis (B) atau sector unggulan dalam pembangunan ekonomi di Kota Surakarta pada tahun 2018-2022. Sector unggulan tersebut mampu menghasilkan barang atau

jasa untuk memenuhi kebutuhan di Kota Surakarta dan daerah di luar Kota Surakarta.

Sector yang memiliki nilai LQ < 1 (sector non basis) yaitu: (1) pertanian, kehutanan dan perikanan, (2) pertambangan dan penggalian, dan (3) industry pengolahan. Sector-sektor tersebut hanya mampu menghasilkan barang untuk memenuhi kebutuhan di Kota Surakarta saja.

**Tabel 5.3. Hasil Analisis Sektor Unggulan Menurut Lapangan Usaha**

Lapangan Usaha	Kontribusi PDRB	Pertumbuhan PDRB	Shift Share	LQ	Unggulan
Pertanian, Kehutanan dan perikanan	0,47	2.20	+	NB	4
Pertambangan dan Penggalian	0,00	-21.44	-	NB	5
Industri pengolahan	8,57	5.72	+	NB	2
Pengadaan Listrik dan gas	0,20	5.45	+	B	2
Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	0,13	-2.96	+	B	3
Konstruksi	25,94	1.08	+	B	2
Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	21,77	4.60	+	B	1
Transportasi dan Pergudangan	2,31	131.39	-	NB	4
Penyediaan akomodasi dan makan minum	6,44	43.62	+	B	1
Informasi dan Komunikasi	13,71	2.11	+	B	2
Jasa Keuangan dan Asuransi	3,83	2.19	+	B	2
Real Estate	3,84	5.77	+	B	2
Jasa Perusahaan	0,81	6.79	+	B	2
Admin, Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan sosial wajib	4,81	2.20	+	B	3

Lapangan Usaha	Kontribusi PDRB	Pertumbuhan PDRB	Shift Share	LQ	Unggulan
Jasa Pendidikan	5,16	3.30	+	B	1
Jasa Kesehatan dan kegiatan Sosial	1,20	3.80	+	B	2
Jasa Lainnya	0,80	6.15	-	NB	4

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan nilai PDRB, analisis LQ dan *Shift Share* diketahui bahwa sector atau lapangan usaha unggulan pertama (1) ketika kontribusi dan pertumbuhan PDRD tinggi, hasil LQ merupakan Sektor Basis (B) dan nilai *Shift Share*-nya positif. Lapangan usaha yang masuk kedalam unggulan pertama (1) di Kota Surakarta adalah yaitu: (1) Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, (2) Penyediaan akomodasi dan makan minum, dan (3) Jasa Pendidikan.

Lapangan usaha prioritas kedua yaitu ketika salah satu dari kontribusi dan pertumbuhan PDRB kecil, serta LQ, dan nilai *Shift Share*-nya tidak basis atau negatif. Industri prioritas kedua di Kota Surakarta yaitu: (1) Industri pengolahan, (2) Pengadaan Listrik dan gas, (3) konstruksi, (4) informasi dan komunikasi, (5) jasa keuangan dan asuransi, (6) Jasa Perusahaan, dan (7) Jasa Kesehatan dan kegiatan Sosial.

## B. Profil IKM dan UMKM Kota Surakarta

Unit usaha di Kota Surakarta memiliki kontribusi yang besar terhadap jumlah tingkat pendapatan domestik regional bruto (PDRB), penyerapan tenaga kerja dan penanggulangan kemiskinan. Usaha skala kecil dan menengah di Kota Surakarta dibedakan menjadi Industri Kecil Menengah (IKM) dan usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM). IKM merupakan aktivitas produksi berbagai jenis barang yang digunakan dalam kehidupan manusia sehari-hari, sedangkan UMKM merupakan aktivitas pemasaran dari produk-produk yang

sudah diproduksi sebelumnya dalam Industri Kecil Menengah. IKM ini sangat berkaitan erat dengan UMKM seperti halnya aktivitas produksi yang tidak bisa dipisahkan dari pemasarannya. Jumlah IKM di Kota Surakarta sebanyak 1.413-unit usaha dan jumlah UMKM sebanyak 11.157-unit usaha.

### 1. Profil Industri kecil dan Menengah (IKM) Kota Surakarta

Kota Surakarta pada tahun 2022 memiliki Industri kecil dan Menengah (IKM) sebanyak 1.413-unit usaha yang terbagi dalam 18 jenis industri. IKM tersebut tersebar di semua kecamatan di Kota Surakarta.

**Tabel 5.4. Jumlah IKM Kota Surakarta Tahun 2023 Berdasarkan Kecamatan**

Kecamatan	Jumlah	Persentase
Banjarsari	364	25,76
Jebres	378	26,75
Laweyan	243	17,20
Pasar Kliwon	270	19,11
Serengan	158	11,18
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.4 di atas, dijelaskan bahwa IKM di Kota Surakarta paling banyak berada di Kecamatan Jebres sebanyak 378-unit usaha atau sebesar 26,75, diikuti IKM di Kecamatan Banjarsari sebanyak 364-unit usaha atau sebesar 25,76, kemudian Kecamatan Pasar Kliwon sebanyak 270-unit usaha atau sebesar 19,11, Kecamatan Laweyan sebanyak 243-unit usaha atau sebesar 17,20, dan kecamatan yang memiliki IKM paling sedikit adalah Kecamatan Serengan sebanyak 158-unit usaha atau sebesar 11,18.

**Tabel 5.5. Jumlah IKM Kota Surakarta Tahun 2023**

Jenis IKM	Jumlah	Persentase
Aplikasi	4	0,28
Arsitektur	2	0,14
Desain Interior	13	0,92
Desain Komunikasi Visual	10	0,71
Desain Produk	66	4,67
Fesyen	239	16,91
Film, Animasi dan Video	3	0,21
Fotografi	4	0,28
Kriya	100	7,08
Kuliner	629	44,52
Lain - Lain	267	18,90
Musik	8	0,57
Penerbitan	4	0,28
Pengembang Permainan	9	0,64
Periklanan	6	0,42
Seni Pertunjukan	30	2,12
Seni Rupa	17	1,20
Televisi dan Radio	2	0,14
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.5 di atas, diketahui bahwa IKM yang paling banyak di Kota Surakarta bergerak pada sector kuliner sebanyak 629-unit usaha atau sebesar 44,52, kemudian diikuti sector lain-lain sebanyak 267-unit usaha atau sebesar 18,90, industry terbanyak ketiga yaitu fesyen sebanyak 239-unit usaha atau sebesar 16,91. Industry paling sedikit di Kota Surakarta pada sector televisi dan radio, dan arsitektur masing-masing sebanyak 2-unit usaha.

**Tabel 5.6. Rata-Rata Tingkat Keterampilan di Kota Surakarta Tahun 2023**

Rata-rata Tingkat Keterampilan	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	212	15,00
Cukup Terampil	533	37,72
Kurang Terampil	18	1,27
Sangat Terampil	71	5,02
Terampil	555	39,28
Tidak Terampil	24	1,70
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.6 di atas dijelaskan bahwa sebanyak 555-unit usaha atau sebesar 39,28-unit usaha sudah memiliki tingkat keterampilan dengan kategori terampil, sementara itu sebanyak 24 industri atau 1,70 berada kategori tidak terampil. Sebanyak 533 industri atau sebesar 37,72 memiliki tingkat keterampilan dengan kriteria cukup terampil. Sebanyak 71 industri atau sebesar 5,02 memiliki keterampilan dengan kriteria sangat terampil. Sebanyak 18 industri atau 1,27 memiliki keterampilan dengan kriteria kurang terampil. Namun, sebanyak 212 industri atau 15,00 tidak mengisi pilihan rata-rata keterampilan, maka perlu diidentifikasi lebih lanjut.

**Tabel 5.7. Biaya Bahan Baku IKM di Kota Surakarta 2023**

Biaya Bahan Baku IKM	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	218	15,43
10 - 50 juta	154	10,90
Di atas 50 juta	39	2,76
Di bawah 10 juta	1.002	70,91
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.7 di atas, dijelaskan bahwa biaya bahan baku IKM di Kota Surakarta di bawah 10 juta sebanyak 1.002-unit atau sebesar 70,91. Sementara itu sebanyak 218-unit atau sebesar 15,43-unit usaha tidak mengisi pertanyaan biaya bahan baku. Kemudian, industry yang memiliki biaya bahan baku 10 – 50 juta sebanyak 154-unit atau sebesar 10,90. Industry yang memiliki biaya bahan baku diatas 50 juta sebanyak 39-unit atau sebesar 2,76.

**Tabel 5.8 Biaya Bahan Pembantu IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

<b>Biaya Bahan Baku IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Diisi	312	22,08
5 - 25 juta	111	7,86
Di atas 25 juta	19	1,34
Di bawah 5 juta	971	68,72
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.8 di atas, dijelaskan bahwa biaya bahan pembantu IKM dibawah 5 juta sebanyak 971-unit atau sebesar 68,72. Namun, sebanyak 312-unit atau sebesar 22,08 tidak mengisi biaya bahan pembantu IKM di Kota Surakarta. Biaya bahan pembantu IKM di Kota Surakarta 5-25 juta sebanyak 111-unit atau sebesar 7,86. Sementara itu biaya bahan pembantu IKM diatas 25 juta sebanyak 19-unit atau sebesar 1,34.

**Tabel 5.9. Biaya Mesin Peralatan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

<b>Biaya Mesin Peralatan IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Diisi	340	24,06
10 - 50 juta	143	10,12
Di atas 50 juta	38	2,69
Di bawah 10 juta	892	63,13
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.9 di atas, dijelaskan bahwa biaya mesin peralatan IKM dibawah 10 juta sebanyak 892-unit atau sebesar 63,13. Namun sebanyak 340-unit usaha atau sebesar 24,06 tidak mengisi pilihan biaya mesin peralatan IKM. Biaya mesin peralatan IKM rentang 10-50 juta sebanyak 143-unit usaha atau sebesar 10,12. Biaya mesin peralatan IKM diatas 50 juta sebanyak 38-unit usaha atau sebesar 2,69.

**Tabel 5.10. Modal Kerja IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

<b>Modal Kerja IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Diisi	207	14,65
5 - 25 juta	276	19,53
6 - 25 juta	2	0,14
7 - 25 juta	1	0,07
8 - 25 juta	1	0,07
Di atas 25 juta	90	6,37
Di bawah 5 juta	836	59,16
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.10 di atas, modal kerja IKM di Kota Surakarta tahun 2023 dibawah 5 juta sebanyak 826-unit atau sebesar 59,16. Modal kerja IKM rentang 5-25 juta sebanyak 276-unit usaha atau 19,53. Modal kerja IKM rentang 6-25 juta sebanyak 2-unit usaha atau sebesar 0,14. Modal kerja IKM dalam rentang 7-25 juta dan 8-25 juta masing-masing sebanyak 1-unit usaha atau 0,07. Modal kerja IKM diatas 25 juta sebanyak 90-unit usaha atau sebanyak 6,37. Namun sebanyak 207-unit usaha atau sebesar 14,65 tidak mengisi pilihan modal kerja IKM di Kota Surakarta.

**Tabel 5.11. Ketersediaan Akses IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

<b>Ketersediaan Akses IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Diisi	105	7,43
Banyak tersedia	385	27,11

<b>Ketersediaan Akses IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Banyak Tersedia	2	0,14
Cukup tersedia	800	56,62
Mulai jarang	51	3,61
Sulit didapat	15	1,06
Tersedia melimpah	57	4,03
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.11 di atas, dijelaskan bahwa ketersediaan akses IKM kriteria cukup tersedia sebanyak 800-unit usaha atau sebesar 56,62. Ketersediaan akses IKM kriteria banyak tersedia sebanyak 385-unit usaha atau sebesar 27,11. Ketersediaan akses IKM kriteria mulai jarang tersedia sebanyak 51-unit usaha atau sebesar 3,61. Ketersediaan akses IKM kriteria tersedia melimpah sebanyak 57-unit usaha atau sebesar 4,03. Ketersediaan akses IKM kriteria sulit didapat akses sebanyak 15-unit usaha atau 1,06. Namun, sebanyak 105-unit usaha atau sebesar 7,43 tidak mengisi pilihan ketersediaan akses IKM.

**Tabel 5.12. Standar Mutu IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

<b>Standar Mutu IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Diisi	259	18,33
Cukup	728	51,52
Rendah	7	0,50
Sangat rendah	8	0,57
Sangat tinggi	43	3,04
Tinggi	368	26,04
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.12 di atas, dijelaskan bahwa sebanyak 728-unit usaha atau sebesar 51,52 memiliki standar mutu IKM dengan kriteria cukup. Kemudian diikuti kriteria tinggi sebanyak 368-unit usaha atau sebesar 26,04.

Lalu, diikuti standar mutu kriteria sangat tinggi sebanyak 43-unit usaha atau sebesar 3,04. Standar mutu kriteria rendah sebanyak 7-unit usaha atau sebesar 0,50. Standar mutu kriteria sangat rendah sebanyak 8-unit usaha atau sebesar 0,57. Namun, sebanyak 259-unit usaha atau sebesar 18,33 tidak mengisi pilihan standar mutu IKM.

**Tabel 5.13. Peralatan Produksi IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

Peralatan Produksi IKM	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	168	11,89
Manual	631	44,66
Menengah	242	17,13
Otomatis	15	1,06
Sederhana	335	23,71
Tinggi	22	1,56
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.13 di atas, dijelaskan bahwa peralatan produksi IKM di Kota Surakarta dengan kriteria manual sebanyak 631-unit usaha atau sebesar 44,66. Peralatan produksi IKM kriteria sederhana sebanyak 335-unit usaha atau sebesar 23,71. Peralatan produksi IKM kriteria menengah sebanyak 242-unit usaha atau sebesar 17,13. Peralatan produksi IKM kriteria tinggi sebanyak 22-unit usaha atau sebesar 1,56. Peralatan produksi IKM kriteria otomatis sebanyak 15-unit usaha atau sebesar 1,06. Namun, sebanyak 168-unit usaha atau sebesar 11,89 tidak mengisi kriteria peralatan produksi IKM.

**Tabel 5.14. Pengelolaan Keuangan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

Pengelolaan Keuangan IKM	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	166	11,75
Belum ada pemisahan	901	63,77
Sudah memisahkan	346	24,49

<b>Pengelolaan Keuangan IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
keuangan perusahaan - rumah tangga		
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.14 di atas, dijelaskan bahwa sebanyak 901-unit usaha atau sebesar 63,77 belum ada pemisahan pada pengelolaan keuangan IKM. Namun sebanyak 166-unit usaha atau sebesar 11,75 tidak mengisi pilihan pengelolaan keuangan IKM. Pengelolaan keuangan IKM yang sudah memisahkan keuangan perusahaan dengan rumah tangga diketahui sebanyak 346-unit usaha atau sebesar 24,49.

**Tabel 5.15. Akses Modal IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

<b>Akses Modal IKM</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tidak Diisi	177	12,53
Bank	214	15,15
Keluarga	932	65,96
Koperasi	50	3,54
Lembaga lain	40	2,83
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.15 di atas, dijelaskan bahwa akses modal IKM di Kota Surakarta sebanyak 932-unit usaha atau sebesar 65,96 bersumber dari pendanaan keluarga. Kemudian diikuti akses modal IKM di Kota Surakarta sebanyak 214 atau sebesar 15,15 bersumber dari pendanaan Bank. Akses modal IKM di Kota Surakarta sebanyak 50-unit usaha atau sebesar 3,54 berasal dari koperasi. Akses modal IKM di Kota Surakarta sebanyak 40-unit usaha atau sebesar 2,83 berasal dari lembaga lain. Namun, sebanyak 117-unit usaha atau sebesar 12,53 tidak mengisi pilihan akses modal IKM di Kota Surakarta.

**Tabel 5.16. Omzet Penjualan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

Omzet Penjualan IKM	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	227	16,07
2 - 5 juta/ hari	83	5,87
30 - 50 juta/ bulan	17	1,20
Di atas 360 juta/ tahun	9	0,64
Di atas 5 juta/ hari	9	0,64
Di atas 50 juta/ bulan	15	1,06
Di bawah 1 juta/ hari	942	66,67
Di bawah 30 juta/ bulan	102	7,22
Di bawah 360 juta/ tahun	9	0,64
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.16 di atas, dijelaskan bahwa omzet penjualan IKM terbanyak di bawah 1 juta/ hari sebanyak 942-unit usaha atau sebesar 66,67. Namun, sebanyak 227-unit usaha atau 16,07 tidak mengisi pilihan omzet penjualan IKM. Kemudian diikuti omzet penjualan IKM di bawah 30 juta/ bulan sebanyak 102-unit usaha atau sebesar 7,22. Omzet penjualan IKM rentang 2-5 juta/ hari sebanyak 83-unit usaha atau sebesar 5,87. Omzet penjualan IKM rentang 30-50 juta/ bulan sebanyak 17-unit usaha atau sebesar 1,20. Omzet penjualan IKM diatas 50 juta/ bulan sebanyak 15-unit usaha atau sebesar 1,06. Omzet penjualan IKM diatas 360 juta/ tahun, diatas 5 juta/ hari, dan di bawah 360 juta/ tahun masing-masing sebanyak 9-unit usaha atau sebesar 0,64.

**Tabel 5.17. Cara Penjualan IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

Cara Penjualan IKM	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	190	13,45
Dijual orang lain	205	14,51
Lainnya/ frainchess	20	1,42
Sendiri	990	70,06
Sendiri & Dijual orang lain	7	0,50

Cara Penjualan IKM	Jumlah	Persentase
Sendiri, Dijual orang lain, dan Lainnya/frainchess	1	0,07
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.17 di atas, dijelaskan bahwa cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku IKM dilakukan sendiri sebanyak 990-unit usaha atau sebesar 70,06. Kemudian diikuti cara dijual orang lain sebanyak 205-unit usaha atau sebesar 14,51. Lalu cara penjualan yang melalui cara lainnya atau frainchess sebanyak 20-unit usaha atau sebesar 1,42. Namun, sebanyak 190-unit usaha atau sebesar 13,45 tidak mengisi cara penjualan IKM.

**Tabel 5.18. Area Pemasaran IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

Area Pemasaran IKM	Jumlah	Persentase
Tidak Diisi	234	16,56
Ekspor	12	0,85
Nasional	171	12,10
Provinsi Jateng	108	7,64
Solo sekitarnya	888	62,85
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.18 di atas, dijelaskan bahwa area pemasaran IKM di Kota Surakarta meliputi solo sekitarnya sebanyak 888-unit usaha atau sebesar 62,85. Kemudian diikuti area pemasaran nasional sebanyak 171-unit usaha atau sebesar 12,10. Namun, sebanyak 234-unit usaha atau sebesar 16,56 tidak mengisi pilihan area pemasaran IKM. Lalu, area pemasaran IKM di Kota Surakarta meliputi area provinsi Jateng sebanyak 108 atau sebesar 7,64. Area pemasaran IKM di Kota Surakarta yang hingga ekspor sebanyak 12-unit usaha atau sebesar 0,85.

**Tabel 5.19. Pemasaran Online IKM di Kota Surakarta Tahun 2023**

Pemasaran Online IKM	Jumlah	Persentase
Tidak diisi	338	23,92
Ada, cukup efektif	262	18,54
Ada, sangat efektif	66	4,67
Ada, tidak efektif	171	12,10
Tidak ada	576	40,76
<b>Total</b>	<b>1.413</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.19 di atas, dijelaskan bahwa IKM di Kota Surakarta yang tidak memiliki pemasaran online sebanyak 576-unit usaha atau sebesar 40,76. Namun, sebanyak 338-unit usaha atau sebesar 23,92 tidak mengisi pemasaran online yang diterapkan pada usaha. Pemasaran online dengan kriteria ada, cukup efektif sebanyak 262-unit usaha atau sebesar 18,54. Pemasaran online dengan kriteria ada, tidak efektif sebanyak 171-unit usaha atau sebesar 12,10. Pemasaran *online* dengan kriteria ada, sangat efektif sebanyak 66-unit usaha atau sebesar 4,67.

## 2. Profil Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Surakarta

Kota Surakarta pada tahun 2022 memiliki usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 11.157-unit usaha, dimana kurang lebih 75 persennya bergerak dibidang perdagangan, ikuti bidang produksi  $\pm$  15% dan jasa  $\pm$  10%. Pada UMKM ini banyak digerakkan oleh pelaku usaha perempuan. UMKM ini tersebar di semua kecamatan di Kota Surakarta.

**Tabel 5.20. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Di Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	3.749	33,60
Perempuan	7.408	66,40
<b>Total</b>	<b>11.157</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.20 di atas dijelaskan bahwa pelaku UMKM di Kota Surakarta didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 7.408 orang atau sebesar 66,40. Sementara itu, jenis kelamin laki-laki sebanyak 3.749 orang atau sebesar 33,60.

**Tabel 5.21. Persebaran UMKM Berdasarkan Kecamatan**

Kecamatan	Frekuensi	Persentase
Banjarsari	2.938	26,33
Jebres	2.845	25,50
Laweyan	1.666	14,93
Pasar Kliwon	2.982	26,73
Serengan	726	6,51
<b>Total</b>	<b>11.157</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023  
 Berdasarkan tabel 5.21 di atas dijelaskan bahwa UMKM di Kota Surakarta paling banyak berada di Kecamatan Pasar Kliwon sebanyak 2.982-unit atau sebesar 26,73. Sementara itu, paling sedikit berada di Kecamatan Serengan sebanyak 726-unit atau sebesar 6,51.

**Tabel 5.22. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	946	32,20
Perempuan	1.992	67,80
<b>Total</b>	<b>2.938</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.22 di atas dijelaskan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Banjarsari didominasi oleh perempuan, sebanyak 1.992 orang atau sebesar 67,80. Sementara itu, pelaku UMKM di Kecamatan Banjarsari laki-laki sebanyak 946 orang atau sebesar 32,20.

**Tabel 5.23. Jenis UMKM di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta**

Jenis UMKM	Frekuensi	Persentase
Produksi	408	13,89
Perdagangan	2.230	75,90
Jasa	300	10,21
<b>Total</b>	<b>2.938</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.23 di atas dijelaskan bahwa Kecamatan Banjarsari memiliki UMKM yang bergerak pada sector perdagangan sebanyak 2.230-unit usaha atau sebesar 75,90. Kemudian diikuti sector produksi sebanyak 408 unit usaha atau sebesar 13,89. Terakhir, sector jasa sebanyak 300 unit usaha atau sebesar 10,21.

**Tabel 5.24 Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Jebres Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	877	30,83
Perempuan	1.968	69,17
<b>Total</b>	<b>2.845</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.24 di atas dijelaskan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Jebres didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 1.968 orang atau sebanyak 69,17. Sementara itu, pelaku UMKM di Kecamatan Jebres laki-laki sebanyak 877 orang atau sebanyak 30,83.

**Tabel 5.25. Jenis UMKM di Kecamatan Jebres Kota Surakarta**

Jenis UMKM	Frekuensi	Persentase
Produksi	473	16,63
Perdagangan	2.062	72,48
Jasa	310	10,90
<b>Total</b>	<b>2.845</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.25 di atas dijelaskan bahwa Kecamatan Jebres bergerak pada sector perdagangan sebanyak 2.062-unit usaha atau sebesar 72,48. Kemudian diikuti sector jasa sebanyak 310-unit usaha atau sebesar 10,90. Terakhir sector produksi sebanyak 473-unit usaha atau sebesar 16,63.

**Tabel 5.26. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Pasar Kliwon Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	1.124	37,69
Perempuan	1.858	62,31
<b>Total</b>	<b>2.982</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.26 di atas dijelaskan bahwa Pelaku UMKM di Kecamatan Pasar Kliwon didominasi oleh perempuan sebanyak 1.858 orang atau sebesar 62,31. Pelaku UMKM di kecamatan pasar kliwon laki-laki sebanyak 1.124 orang atau sebesar 37,69.

**Tabel 5.27. Jenis UMKM Kecamatan Pasar Kliwon Kota Surakarta**

Jenis UMKM	Frekuensi	Persentase
Produksi	497	16,67
Perdagangan	2.225	74,61
Jasa	260	8,72
<b>Total</b>	<b>2.982</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.27 di atas dijelaskan bahwa UMKM di Kecamatan Pasar Kliwon didominasi oleh sector perdagangan sebanyak 2.225-unit usaha atau sebesar 74,61. Sector produksi sebanyak 497-unit usaha atau sebesar 16,67. Sector jasa sebanyak 260-unit usaha atau sebesar 8,72.

**Tabel 5.28. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Laweyan Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	556	33,37
Perempuan	1.110	66,63
<b>Total</b>	<b>1666</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.28 di atas dijelaskan bahwa pelaku UMKM Kecamatan Laweyan jenis kelamin perempuan sebanyak 1.110 orang atau sebesar 66,63. Sementara, pelaku UMKM Kecamatan Laweyan jenis kelamin laki-laki sebanyak 556 orang atau sebesar 33,37.

**Tabel 5.29. Jenis UMKM Kec Laweyan Kota Surakarta**

Jenis UMKM	Frekuensi	Persentase
Produksi	284	17,05
Perdagangan	1.174	70,47
Jasa	208	12,48
<b>Total</b>	<b>1.666</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.29 di atas dijelaskan bahwa Kecamatan Laweyan memiliki UMKM yang bergerak pada sector perdagangan sebanyak 1.174-unit usaha atau sebesar 70,47. Kemudian diikuti sector jasa sebanyak 208-unit usaha atau sebesar 12,48. Terakhir, sector produksi sebanyak 284-unit usaha atau sebesar 17,05.

**Tabel 5.30. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kecamatan Serengan Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	246	33,88
Perempuan	480	66,12
<b>Total</b>	<b>726</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.30 diatas, dijelaskan bahwa pelaku UMKM Kecamatan Serengan jenis kelamin perempuan sebanyak 480 orang atau sebesar 66,12. Sementara, pelaku UMKM Kecamatan Serengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 246 orang atau sebesar 33,88.

**Tabel 5.31. Jenis UMKM Kec Serengan Kota Surakarta**

<b>Jenis UMKM</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Produksi	202	27,82
Perdagangan	430	59,23
Jasa	94	12,95
<b>Total</b>	<b>726</b>	<b>100%</b>

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, 2023

Berdasarkan tabel 5.31 di atas dijelaskan bahwa Kecamatan Serengan memiliki UMKM yang bergerak pada sector perdagangan sebanyak 430-unit usaha atau sebesar 59,23. Kemudian diikuti sector jasa sebanyak 94-unit usaha atau sebesar 12,95. Terakhir, sector produksi sebanyak 202-unit usaha atau sebesar 27,82.

## BAB VI

### DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

Inovasi bisnis IKM dan UMKM melalui adopsi teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan produktivitas usaha dan menjaga keberlanjutan bisnis di era evolusi industri 4.0 dan pasca pandemi covid-19. Profil digitalisasi IKM dan UMKM dalam proses bisnisnya sangat penting dideskripsikan guna menentukan posisi dalam melakukan perencanaan dan pengambilan kebijakan pengembangan IKM dan UMKM Kota Surakarta. Berdasarkan jenis, klasifikasi dan sebaran IKM dan UMKM di Kota Surakarta dilakukan indepth interveiw terhadap 131 sampel penelitian, yang terdiri 62 unit IKM dan 69 unit UMKM. Berikut Profil detail digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta.

#### A. Profil Digitalitasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

##### 1. Profil Digitalisasi IKM Kota Surakarta

Profil digitaliasi 62 IKM di Kota Surakarta diuraikan melalui berbagai tabel dan deskripsi sebagai berikut.

**Tabel 6.1. Jenis Kelamin Responden IKM Kota Surakarta**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	35	56,45
Perempuan	27	43,55
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.1 di atas teridentifikasi sebanyak 35 responden berjenis kelamis laki-laki atau sebesar 56,45% dan sebanyak 27 orang (43,55%) responden berjenis kelamin perempuan.

Profil usia pemilik IKM di Kota Surakarta dikelompokkan berdasarkan pada rentang usia antara 20 tahun dan lebih dari 60 tahun.

**Tabel 6.2. Usia Responden IKM Kota Surakarta**

Usia Pemilik Usaha	Frekuensi	Persentase
Rentang usia 20-30	9	14,52
Rentang usia 30-40	14	22,58
Rentang usia 40-50	21	33,87
Rentang usia 50-60	15	24,19
Rentang usia >60	3	4,84
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.2 dijelaskan bahwa responden IKM Kota Surakarta paling banyak didominasi pada rentang usia 40-50 tahun, yaitu sebanyak 21 orang atau 33,87% dari total responden. Rentang usia 50-60 tahun berjumlah 15 responden. Usia 30-40 tahun berjumlah 14 responden. Terdapat fakta yang menarik bahwa ada pemilik usaha yang masih berusia muda yaitu 20-30 tahun. IKM ini sedang merintis usaha, mencoba untuk memperkenalkan produk, menerapkan strategi usaha baru dan senantiasa terbuka pada perubahan serta perkembangan pasar. Namun disisi lain usaha baru ini masih rentan pada resiko, sehingga harus focus dan berkonsentrasi untuk terus berinovasi mengembangkan usahanya.

Responden IKM Kota Surakarta dipetakan juga berdasarkan jenjang pendidikan yang telah ditempuh, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 6.3. Tingkat Pendidikan IKM Kota Surakarta**

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	6	9,68
SMP	7	11,29
SMA	22	35,48
SMK	4	6,45
D3	2	3,23
S1	19	30,65
S2	2	3,23
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan pada tabel 6.3 di atas dijelaskan bahwa sebagian besar responden Kajian Digitalisasi IKM Kota Surakarta merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas yaitu berjumlah 22 orang atau 35,48% dari total responden. Responden IKM yang telah menempuh pendidikan S1 berjumlah 19 orang. Kemudian sisanya merupakan 2 orang lulusan SD, 7 orang lulusan SMP, 4 orang lulusan SMK, 2 orang lulusan D3 dan 2 orang lulusan S2. Dari total responden IKM Kota Surakarta terdapat 44 orang yang menyatakan bahwa wirausaha merupakan pekerjaan utama sedangkan 18 orang lainnya memiliki pekerjaan sampingan, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 6.4. Kepemilikan Pekerjaan Sampingan Responden IKM Kota Surakarta**

Pekerjaan Sampingan	Frekuensi	Persentase
Ada	18	29,03
Tidak ada	44	70,97
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Industry yang dimiliki oleh 62 responden Kajian Digitalisasi IKM ini masih banyak yang belum memiliki badan usaha yang resmi, yaitu sebanyak 48 IKM. Terdapat 13 IKM yang berbentuk Usaha Dagang (UD). Sedangkan sisanya merupakan PT. Untuk lebih detailnya seperti yang terdapat pada tabel berikut ini:

**Tabel 6.5. Badan Usaha Responden IKM Kota Surakarta**

Badan Usaha	Frekuensi	Persentase
UD	13	20,97
Tidak Memiliki	48	77,40
PT	1	1,61
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Pada tabel 6.6. IKM Kota Surakarta yang menjadi responden Kajian Digitalisasi dikelompokkan berdasarkan lama usaha berjalan. Sebagian besar telah beroperasi dalam jangka waktu 10-20 tahun. 18 IKM telah berjalan selama 1-10 tahun. 7 IKM sudah berjalan dan bertahan cukup lama yaitu 30-40 tahun, 2 IKM berjalan 40-50 tahun dan 2 IKM sudah lebih dari 50 tahun bertahan. Keberlanjutan usaha ini merupakan hal yang sulit untuk dipertahankan tanpa adanya inovasi dan strategi bersaing yang mumpuni.

**Tabel 6.6. Lama Usaha Berjalan Responden IKM Kota Surakarta**

Lama Usaha Berjalan	Frekuensi	Persentase
< 1 tahun	3	4,84
1-10tahun	18	29,03
10-20 tahun	21	33,87
20-30 tahun	9	14,52
30-40 tahun	7	11,29
40-50 tahun	2	3,23
>50 tahun	2	3,23
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

IKM Kota Surakarta memiliki berbagai varian produk, pada tabel dibawah ini diidentifikasi jenis produk utama IKM Kota Surakarta. Jumlah terbanyak adalah industry kuliner atau makanan olahan sebanyak 25 responden (40,32%). Industri kayu olahan dan industry tekstil berjumlah sama yaitu 12 responden atau 19,35%. Sisanya diisi oleh industry hiburan, pengolahan dan peternakan.

**Tabel 6.7. Produk Utama Responden IKM Kota Surakarta**

Produk Utama	Frekuensi	Persentase
Industri Hiburan	1	1,61
Industri Kayu Olahan	12	19,35
Industri Kerajinan Tangan	9	14,52
Industri Makanan	25	40,32
Industri Pengolahan	2	3,23

<b>Produk Utama</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Industri Tekstil dan Produk		
Tekstil	12	19,35
Peternakan	1	1,61
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan pada tabel 6.7 dibawah ini, IKM Kota Surakarta yang menjadi responden Kajian Digitalisasi telah memiliki Nomor Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT) sebanyak 7 IKM, memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) 9 IKM, sudah tersertifikasi halal ada 5 IKM, dan ada 3 IKM yang telah tercatat di notaris.

**Tabel 6.8. Jenis Pencatatan Usaha Responden IKM Kota Surakarta**

<b>Nomor Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	55	88,71
Ada	7	11,29
<b>Nomor Induk Berusaha (NIB)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	53	85,48
Ada	9	14,52
<b>Sertifikat Halal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	57	91,94
Ada	5	8,06
<b>Akta Notaris</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	58	95,08
Ada	3	4,92

Sumber: Data Primer, 2023

Secara umum luas area pemasaran menunjukkan kinerja IKM, pada tabel 6.8 dibawah ini diketahui bahwa responden Kajian Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta dikelompokkan menjadi tiga yaitu cakupan pemasaran local, nasional dan internasional. IKM Kota Surakarta yang menawarkan produknya di sekitar

Soloraya ada 55 IKM (88,71%) dan 4 IKM (6,45%) yang menawarkan produknya diluar Soloraya. Untuk IKM Kota Surakarta yang cakupan pemasarannya berskala nasional ada 30 IKM yang menawarkan produknya diluar Jawa atau sebesar 48,39%. IKM Kota Surakarta juga ada yang sudah berdaya saing internasional dimana terdapat 8 IKM yang menawarkan produknya di pasar Asia dan Eropa.

**Tabel 6.9. Cakupan Area Pemasaran Responden IKM Kota Surakarta**

<b>Cakupan Pemasaran Lokal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Luar Soloraya	7	11,29
Soloraya	55	88,71
<b>Cakupan Pemasaran Nasional</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Jawa	32	51,62
Luar Jawa	30	48,39
<b>Cakupan Pemasaran Internasional</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Asia	5	8,06
Eropa	2	3,23
Eropa dan Asia	1	1,61
Dalam Negeri	54	87,10

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.9, dijelaskan bahwa media penjualan melalui toko masih banyak dilakukan oleh IKM, yaitu terdapat 41 IKM atau 66,13% IKM yang menjual melalui toko offline atau show room, 11 IKM menjual melalui online, ada 5 yang menjual langsung dari rumah produksi ada juga yang mengkombinasikan toko offline dan online sebanyak 4 IKM atau 6,45%.

**Tabel 6.10. Media Penjualan Responden IKM Kota Surakarta**

<b>Media Penjualan (Toko)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Rumah Produksi	5	8,06
Toko Online	11	17,74
Toko/Outlet Offline	41	66,13
Toko/Outlet Offline dan Online	4	6,45
Tidak Diisi	1	1,61
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

**Tabel 6.11. Media Penjualan Melalui Media Sosial Responden IKM****Kota Surakarta**

<b>Media Penjualan (Media Sosial)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
WA	8	12,90
Instagram	32	51,61
Contact Person	4	6,45
Tidak Ada	18	29,03
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Media sosial menjadi salah satu alat pemasaran yang mudah dan relative terjangkau bagi pelaku IKM. Berdasarkan tabel 6.9 IKM Kota Surakarta yang menggunakan fitur Whatsapp ada 8 IKM atau 12,09%. Media sosial yang paling banyak diminati oleh IKM Kota Surakarta yaitu instagram. Terdapat 32 IKM atau 51,61% IKM yang menggunakan instagram sebagai media penjualan produknya. 18 IKM atau 29,03% belum menggunakan media sosial dan 6,45% menggunakan kontak pribadi atau contact person sebagai komunikator.

**Tabel 6.12. Media Penjualan Melalui Marketplace Responden IKM****Kota Surakarta**

<b>Media Penjualan (Toko Marketplace)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Shopee	12	19,35
Tokopedia	13	20,97
Grab	10	16,13
Gojek	10	16,13
Tidak Ada	18	29,03
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa meskipun sebagian besar responden 27.42% belum menjual produk melalui marketplace namun beberapa IKM sudah mulai menggunakan metode penjualan melalui marketplace. 13 IKM

atau 20,97% menggunakan Tokopedia, 12 IKM atau 19,35% menggunakan Shopee, Grab dan Gojek masing-masing 16,13%.

**Tabel 6.13. Media Penjualan Melalui Website Responden IKM Kota Surakarta**

Media Penjualan (Website)	Frekuensi	Persentase
Tidak ada	53	85,48
Ada	9	14,52
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

**Tabel 6.14. Media Penjualan Melalui Youtube Responden IKM Kota Surakarta**

Media Penjualan (Youtube)	Frekuensi	Persentase
Tidak ada	56	90,32
Ada	6	9,68
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.12 sebagian besar responden IKM Kota Surakarta belum menggunakan Youtube sebagai media pemasaran yaitu sebanyak 90,32% sedangkan IKM yang sudah menggunakan Youtube berjumlah 9,68%.

**Tabel 6.15. Kebutuhan Modal Responden IKM Kota Surakarta (per bulan)**

Kebutuhan Modal (perbulan)	Frekuensi	Persentase
< 1 juta	1	1,61
1-10juta	13	20,97
10-20 juta	14	22,58
20-30 juta	6	9,68
30-40 juta	9	14,52
40-50 juta	6	9,68
>50 juta	7	11,29

<b>Kebutuhan Modal (perbulan)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sesuai dengan banyaknya produksi	6	9,68
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.15, Kebutuhan biaya produksi IKM Kota Surakarta rata-rata per-bulan sebesar 10-20 juta sebanyak 14 IKM atau 22,58%, biaya sebesar 1-10 juta sebanyak 14 IKM atau 20,97%. Biaya produksi sebesar 20-30 juta sebanyak 6 IKM atau 9,68%, biaya produksi sebesar 30-40 juta sebanyak 9 IKM atau 14,52%, biaya produksi > 50 juta sebanyak 7 IKM atau 11,29% dan biaya produksi yang bersifat variabel sesuai dengan banyaknya jumlah produksi sebanyak 6 IKM atau 9,68%.

**Tabel 6.16. Sumber Pembiayaan IKM Kota Surakarta**

<b>Sumber Pembiayaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Modal Sendiri	56	90,32
Hibah/Bantuan	6	9,68
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.16, sumber pembiayaan usaha IKM Kota Surakarta berasal dari modal sendiri sebanyak 56 IKM atau 90,32% dan terdapat 6 IKM atau 9,68% menggunakan biaya hibah atau bantuan.

**Tabel 6.17. Bantuan yang Pernah Diterima IKM Kota Surakarta**

<b>Bantuan yang Pernah diterima</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Alat Produksi	1	1,61
Bahan Baku Produksi	2	3,23
Dana	6	9,68
Tidak Ada	53	85,48
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.17, bantuan yang pernah diterima IKM Kota Surakarta yaitu alat produksi ada 1 IKM, ada 2 IKM yang menerima bantuan bahan baku produksi, terdapat 6 IKM yang mendapatkan bantuan dana dan sebagian besar belum mendapatkan bantuan pengembangan usaha.

**Tabel 6.18. Teknologi Transaksi Pembayaran IKM Kota Surakarta**

<b>Teknologi Transaksi Pembayaran</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Dompot Digital	21	33,87
Transfer Bank	32	51,61
Tunai	9	14,52
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.18, IKM Kota Surakarta telah banyak yang menggunakan teknologi transaksi pembayaran, sebagian besar menggunakan metode transfer antar bank yaitu sebanyak 51,61% atau 32 IKM. Terdapat 21 IKM atau 33,87% menggunakan dompet digital dan 9 IKM (14,52%) masih menggunakan metode pembayaran secara tunai.

**Tabel 6.19. Metode Pencatatan Keuangan IKM Kota Surakarta**

<b>Pencatatan Keuangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Aplikasi Pencatatan Keuangan	4	6,45
Standar Pencatatan Keuangan	16	25,81
Tradisional	42	67,74
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.19, sebagian besar IKM Kota Surakarta yang menjadi responden kajian ini masih mencatat keuangan secara tradisional yaitu 42 IKM (67,74%), 16 IKM atau 25,81% telah melakukan pencatatan yang sesuai dengan standar pencatatan keuangan yang berlaku di Indonesia dan 4 IKM atau 6,45% telah menerapkan aplikasi pencatatan keuangan yang telah beredar.

**Tabel 6.20. Kategori IKM Kota Surakarta Berdasarkan Jumlah Karyawan**

<b>Kategori IKM berdasar jumlah karyawan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
0-4 Karyawan (Mikro)	30	48,39
5-19 Karyawan (Kecil)	25	40,32
20-99 Karyawan (Menengah)	7	11,29
Tidak Ada	53	85,48
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.20, sebagian besar IKM Kota Surakarta yang berskala mikro yaitu 30 IKM atau 48,39%. 25 IKM (40,32%) memiliki 5-19 karyawan sehingga masuk pada kriteria usaha kecil dan 7 IKM (11,29%) masuk pada kriteria usaha menengah yaitu memiliki 20-99 karyawan.

**Tabel 6.21. Struktur Organisasi/ Pembagian Tugas IKM Kota Surakarta**

<b>Struktur Organisasi/Pembagian Tugas Karyawan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Ada	43	69,35
Tidak Ada	19	30,65
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.21, sebagian besar IKM Kota Surakarta telah memiliki struktur organisasi yang dilengkapi dengan pembagian tugas dan kewajiban yaitu sebanyak 43 IKM atau 69,53%. IKM yang belum memiliki pembagian tugas yang jelas berjumlah 19 IKM atau 30,65%.

**Tabel 6.22. Sistem Gaji & Upah IKM Kota Surakarta**

<b>Sistem Gaji &amp; Upah (harian/mingguan/bulanan)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Item	5	8,06
Harian	11	17,74

<b>Sistem Gaji &amp; Upah (harian/mingguan/bulanan)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Mingguan	25	40,32
Bulanan	17	27,42
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.22, sebagian besar IKM Kota Surakarta membayar gaji atau upah secara periodic mingguan yaitu 25 IKM atau 40,32%, bulanan sebanyak 17 IKM atau 27,42%, harian sebanyak 11 IKM atau 17,74% dan terdapat 5 IKM atau 8,06% membayar upah berdasarkan jumlah atau per item produk yang dihasilkan.

**Tabel 6.23. Sistem Produksi IKM Kota Surakarta**

<b>Sistem Produksi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Kontinu	42	67,74
Pesanan	20	32,26
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.23, sebagian besar IKM Kota Surakarta memproduksi secara rutin yaitu 42 IKM atau 67,74% dan memproduksi hanya pada saat ada pesanan berjumlah 20 IKM atau 32,26%.

**Tabel 6.24. Teknologi Peralatan Produksi IKM Kota Surakarta**

<b>Teknologi Peralatan Produksi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Manual	18	29,03
Manual dan Mesin	39	62,90
Mesin	3	4,84
Semi Otomatis	2	3,23
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.24 dijelaskan bahwa sebagian besar IKM Kota Surakarta menggunakan kombinasi manual dan mesin dalam proses produksi yaitu berjumlah 39 IKM (62,90%), metode manual ada 17 IKM atau 27,42%, ada 3 IKM yang menggunakan mesin dan 2 IKM menggunakan metode semi otomatis.

**Tabel 6.25. Kemasan Produk IKM Kota Surakarta**

<b>Kemasan Produk</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Desain Sendiri	30	48,39
Jasa Desain	11	17,74
Tidak Ada	21	33,87
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.25 dijelaskan bahwa sebagian besar IKM Kota Surakarta membuat desain kemasan secara mandiri sebanyak 30 IKM atau 48,39%. IKM yang menggunakan jasa desain kemasan ada 11 IKM atau 17,74% dan sebagian lainnya tidak menggunakan desain kemasan sejumlah 21 IKM atau 33,87%.

**Tabel 6.26. Penggunaan Aplikasi Transportasi Digital IKM Kota Surakarta**

<b>Bantuan yang Pernah diterima</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Ada	22	35,48
Tidak Ada	40	64,52
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.26 dijelaskan bahwa sebagian besar IKM Kota Surakarta tidak menggunakan aplikasi transportasi digital pada proses distribusi produk yaitu 40 IKM atau 64,52% namun ada yang sudah menggunakannya yaitu 22 IKM atau 35,48%.

**Tabel 6.27. Penggunaan Mobile Payment IKM Kota Surakarta**

<b>Penggunaan Mobile Payment</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Ada	37	59,68
Tidak Ada	25	40,32
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.26 dijelaskan sebagian besar IKM Kota Surakarta telah menggunakan mobile payment dalam upaya meningkatkan layanan kepada pelanggan. Terdapat 37 IKM atau 59,68% yang menggunakan mobile payment dan 25 IKM atau 40,32% belum menggunakan mobile payment.

## **2. Profil Digitalisasi UMKM Kota Surakarta**

Profil digitalisasi untuk 69 UMKM di Kota Surakarta diuraikan melalui berbagai tabel dan deskripsi sebagai berikut.

**Tabel 6.28. Jenis Kelamin Pelaku UMKM Kota Surakarta**

<b>Bantuan yang Pernah diterima</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	34	56,90
Perempuan	35	43,10
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.28 di atas dijelaskan bahwa jenis kelamin Pelaku UMKM di Surakarta teridentifikasi responden laki-laki sebanyak 56,9% dan Perempuan sebanyak 43,1% yang merupakan pemilik usaha. Sementara pada rentang usia paling banyak berkisar dari 30-40 tahun sebesar 24%, usia 50-60 tahun sebesar 23,119%, dan usia 40-30 tahun 21,74% sebagaimana dijelaskan pada tabel 6.28 dibawah ini.

**Tabel 6.29. Usia Pelaku UMKM Kota Surakarta**

Usia Pemilik Usaha	Frekuensi	Persentase
Rentang usia 20-30	15	21,74
Rentang usia 30-40	17	24,64
Rentang usia 40-50	11	15,94
Rentang usia 50-60	16	23,19
Rentang usia 60-75	10	14,49
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Tingkat pendidikan para pelaku UMKM sebagian besar adalah tingkat SMA sederajat yaitu 50,72%, sarjana 15,94 %, SMP dan Diploma masing-masing 10,14 %. Meskipun masih ada yang berpendidikan tingkat dasar namun juga terdapat pelaku usaha yang sudah berpendidikan magister sesuai pada uraian tabel 6.30 di bawah ini.

**Tabel 6.30. Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan Pelaku UMKM**

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	2	2,90
SMP	11	15,94
SMA/SMK/SLTA	35	50,72
D3	7	10,14
S1	11	15,94
S2	3	4,35
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.31 dijelaskan bahwa 21,74% para pelaku UMKM memiliki pekerjaan sampingan, dan 78,26% murni pengusaha yang hanya mengandalkan hasil dari usahanya saja. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel 6.31 berikut.

**Tabel 6.31. Pekerjaan Sampingan Pelaku UMKM**

Pekerjaan Sampingan	Frekuensi	Persentase
Ada	15	21,74
Tidak ada	54	78,26
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.32 diketahui lama usaha yang telah berjalan pada UMKM di Kota Surakarta berkisar dari mulai kurang dari 1 tahun sampau lebih dari 50 tahun. Lama usaha paling banyak berkisar dari 1-10 tahun sebanyak 43,48%, yang sudah berjalan 10-20 tahun sebanyak 21,74%, usaha yang berjalan 30-40 tahun sebanyak 10,14%. Terdapat usaha yang sudah berjalan lebih dari 40-50 tahun sebanyak 7,25 %, meskipun mash ada usaha yang baru berjalan kurang dari satu tahun.

**Tabel 6.32 Lama Usaha Pelaku UMKM Kota Surakarta**

Lama Usaha Berjalan	Frekuensi	Persentase
< 1 tahun	1	1,45
1-10tahun	30	43,48
10-20 tahun	15	21,74
20-30 tahun	6	8,70
30-40 tahun	7	10,14
40-50 tahun	5	7,25
>50 tahun	5	7,25
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari tabel 6.33 dibawah ini diketahui status kepemilikan usaha UMKM dan yang sudah berbentuk badan usaha. Terdapat 94,20% UMKM yang status usaha merupakan milik sendiri, sisanya 4,35% bagi hasil atau kemitraan dan 1,45% masih milik orang lain.

**Tabel 6.33. Status Usaha Responden UMKM Kota Surakarta**

Status Usaha	Frekuensi	Persentase
Milik Sendiri	65	94,20
Mengerjakan milik orang lain	1	1,45
Bagi Hasil	3	4,35
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.34 dijelaskan sejumlah 82,61% UMKM belum memiliki bentuk badan usaha atau masih berstatus perorangan, dan sebanyak 11,59% UD, sebanyak 4,35% CV dan sebanyak 1,45% PT.

**Tabel 6.34. Jenis Badan Usaha UMKM Kota Surakarta**

Badan Usaha	Frekuensi	Persentase
CV	3	4,35
Perorangan	57	82,61
UD	8	11,59
PT	1	1,45
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam tabel 6.35 berikut diketahui jumlah UMKM yang telah memiliki ijin usaha, yaitu P-IRT sebanyak 20,29%, NIB 10,14%, tersertifikasi halal sebanyak 10,14%, sedangkan UMKM yang sudah berbadan hukum dengan akta notaris 1,5 %.

**Tabel 6.35. Jenis Ijin Usaha UMKM Kota Surakarta**

Nomor Produksi Industri Rumah Tangga (P-IRT)	Frekuensi	Persentase
-------------------------------------------------	-----------	------------

Tidak ada	55	79,71
Ada	14	20,29
<b>Nomor Induk Berusaha (NIB)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	62	89,86
Ada	7	10,14
<b>Sertifikat Halal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	62	89,86
Ada	7	10,14
<b>Akta Notaris</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tidak ada	68	98,55
Ada	1	1,45

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek pemasaran, UMKM kota Surakarta telah mencakup wilayah pemasaran mulai local, nasional hingga internasional. Cakupan pemasaran local meliputi daerah di kota Solo sebesar 47,83%, Soloraya 44,93%, dan sisanya diluar soloraya. Untuk cakupan wilayah Nasional meliputi pulau Jawa dan luar jawa dengan prosentase masing-masing 78,26% dan 21,74%, sementara untuk pasar internasional yang mencapai Asia 4,35%, dan untuk pasar Eropa dan Amerika, Australia masih minim. Sebagaimana yang diuraikan dalam tabel 6.36 berikut.

**Tabel 6.36. Cakupan Pemasaran UMKM Kota Surakarta**

No	Cakupan Lokal	Frekuensi	Persentase
1	Luar Soloraya	5	7,25
2	Solo	33	47,83
3	Soloraya	31	44,93
	<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>
No	Cakupan Pemasaran Nasional	Frekuensi	Persentase
1	Jawa	54	78,26

2	Luar Jawa	15	21,74
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Cakupan Pemasaran Internasional	Frekuensi	Persentase
1	Asia	3	4,35
2	Eropa	1	1,45
3	Eropa dan Amerika	1	1,45
4	Eropa dan Asia	1	1,45
5	Eropa, Asia dan Australia	1	1,45
6	Eropa, Asia dan Amerika	1	1,45
7	Nasional	61	88,41
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Sebagian besar UMKM belum memiliki saluran distribusi dalam pemasaran produknya, hal ini dapat dilihat dari tabel 6.37, yang menunjukkan bahwa 57,97% tidak memiliki saluran distribusi baik dari pemasok, pabrik maupun pasar. Sejumlah 14,49% memiliki Saluran Distribusi dari pabrik, dari pemasok 8,70, dari produk sendiri 15,94%

**Tabel 6.37. Saluran Distribusi UMKM Kota Surakarta**

Saluran Distribusi (produsen)	Frekuensi	Persentase
Ada, dari Pabrik	10	14,49
Ada, dari Pasar	2	2,90
Ada, dari Pemasok	6	8,70
Produksi Sendiri	11	15,94
Tidak Ada	40	57,97
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari tabel 6.38 dibawah menunjukkan bahwa UMKM Kota Surakarta sebagian besar sudah memiliki merek produk mereka sendiri, terdapat 78,26% yang sudah memiliki merek dan 21,74 belum memiliki merek produk.

**Tabel 6.38. Kepemilikan Merk UMKM Kota Surakarta**

Merk	Frekuensi	Persentase
Ada	54	78,26
Tidak Ada	15	21,74
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam melakukan kegiatan penjualan UMKM Kota Surakarta telah menggunakan media penjualan, baik melalui media offline maupun online, meskipun sebagian besar masih menggunakan media penjualan offline. Hal ini dapat dilihat dari tabel 6.39 dibawah. Terdapat 59,42% masih menggunakan toko/outlet offline, 7,25% sudah menggunakan media offline dan online, dan yang hanya memiliki toko online sejumlah 7,25%, sementara yang hanya sebagaii pusat produksi sebesar 23,19%. Dilihat dari penggunaan media sosial, 50% pelaku UMKM telah memiliki Instagram, Facebook 20%, Whatsapp 13,3%, dan sisanya menggunakan media sosial lain seperti twitter, youtube maupun Contact person. Sebagian besar UMKM belum memiliki toko online di marketplace terdapat 39,6%, sedangkan yang tersedia di marketplace Tokopedia sebesar 28,71%, Shopee, 14,85% dan sisanya terdapat di Gojek, grab dan buka lapak. 88,41% UMKM belum memiliki Website untuk usaha, hanya sekitar 11,59% yang sudah memiliki website. Begitupun dengan Media Youtube sebagian besar mencapai 94,20 UMKM belum memiliki akun Youtube untuk usaha.

**Tabel 6.39. Media Penjualan UMKM Kota Surakarta**

No	Media Penjualan (Toko)	Frekuensi	Persentase
1	Rumah Produksi	16	23,19
2	Tidak Ada	2	2,90
3	Toko Online	5	7,25

4	Toko/outlet offline	41	59,42
5	Toko/outlet offline dan online	5	7,25
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Media Penjualan (Sosial Media)	Frekuensi	Persentase
1	WA	8	13,33
2	Instagram	30	50,00
3	Youtube	1	1,67
4	Facebook	12	20,00
5	Contact Person	4	6,67
6	Twitter	1	1,67
7	Tidak Ada	4	6,67
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>100,00</b>

No	Media Penjualan (Toko Marketplace)	Frekuensi	Persentase
1	Shopee	15	14,85
2	Tokopedia	29	28,71
3	Grab	5	4,95
4	Gojek	8	7,92
5	Buka Lapak	4	3,96
<b>Total</b>		<b>101</b>	<b>100,00</b>

No	Media Penjualan (Website)	Frekuensi	Presentase
1	Tidak ada	61	88,41
2	Ada	8	11,59
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Media Penjualan (Youtube)	Frekuensi	Presentase
1	Tidak ada	65	94,20
2	Ada	4	5,80
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasar tabel 6.40 terlihat bahwa hampir semua UMKM memiliki pesaing, hanya terdapat 8,7% yang tidak memiliki pesaing produknya. Dari aspek hubungan mitra, terdapat 53,62% UMKM telah memiliki mitra usaha, dan 46,38% belum memiliki mitra untuk usahanya.

**Tabel 6.40. Jumlah Pesaing dan Mitra UMKM Kota Surakarta**

No	Jumlah Pesaing	Frekuensi	Presentase
1	Ada	63	91,30
2	Tidak Ada	6	8,70
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Me Jumlah Mitra	Frekuensi	Presentase
1	Ada	37	53,62
2	Tidak Ada	32	46,38
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek keuangan, terlihat bahwa sebagian besar responden merupakan usaha mikro, hal ini tampak pada kebutuhan modal kerja per berkisar antara 1-10 juta sebanyak 26,09%, kebutuhan modal 10-20juta sejumlah 20,29% dan sisanya merupakan usaha kecil dan menengah yang kebutuhan modal per bulan mencapai 40-50 juta lebih.

**Tabel 6.41. Kebutuhan Modal UMKM Kota Surakarta**

No	Kebutuhan Modal	Frekuensi	Persentase
1	< 1 juta	4	5,80
2	1-10juta	18	26,09
3	10-20 juta	14	20,29
4	20-30 juta	7	10,14
5	30-40 juta	9	13,04
6	40-50 juta	6	8,70
7	>50 juta	5	7,25
8	Sesuai dengan banyaknya produksi	6	8,70
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam tabel 6.42 dibawah juga dijelaskan sumber pembiayaan untuk UMKM di kota Surakarta sebagian besar merupakan modal sendiri. Sejumlah 89,86% menyebutkan bahwa sumber pembiayaan usaha bersal dari modal sendiri, sementara 10,14% UMKM menggunakan dana Hibah.bantuan untuk membiayai usaha.

**Tabel 6.42. Sumber Pembiayaan UMKM Kota Surakarta**

No	Sumber Pembiayaan	Frekuensi	Persentase
1	Modal Sendiri	62	89,86
2	Hibah/Bantuan	7	10,14
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek Penggunaan teknologi keuangan, sebagian besar UMKM masih menggunakan metode transfer bank, meskipun beberap sudah menggunakan dompet digital, Sebagaimana di jelaskan dalam tabel 6.43, sejumlah 30,43% UMKM masih menggunakan transfer bank, sebanyak 26,09% menggunakan keduanya yaitu transfer bank dan dompet digital, dan yang hanya

menggunakan dompet digital sebesar 7,25% sisanya masih menggunakan pembayaran tunai.

**Tabel 6.43. Teknologi Pembayaran UMKM Kota Surakarta**

No	Teknologi Transaksi Pembayaran	Frekuensi	Persentase
1	Dompet Digital	5	7,25
2	Dompet Digital dan Tunai	2	2,90
3	Transfer Bank	21	30,43
4	Transfer Bank dan Tunai	3	4,35
5	Transfer Bank, Dompet Digital	18	26,09
6	Transfer Bank, Dompet Digital, dan Tunai	1	1,45
7	Tunai	19	27,54
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.44, UMKM di Kota Surakarta sebagian besar masih melakukan pencatatan keuangan usaha secara tradisional terbukti sekitar 66,67% masih secara manual atau tradisional, meskipun 26,09% sudah menggunakan pencatatan keuangan sesuai standar, dan hanya 7,25% yang menggunakan aplikasi pencatatan keuangan secara online.

**Tabel 6.44. Pencatatan Keuangan UMKM Kota Surakarta**

No	Pencatatan Keuangan	Frekuensi	Persentase
1	Aplikasi Pencatatan Keuangan	5	7,25
2	Standar Pencatatan Keuangan	18	26,09
3	Tradisional	46	66,67
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dilihat dari aspek sumberdaya manusia, jumlah responden terbanyak adalah usaha mikro yaitu 47,83% dimana jumlah tenaga kerja atau karyawan berkisar antara 0-4 orang, sedangkan yang termasuk usaha kecil dengan jumlah karyawan 5-19 orang sejumlah 43,48%, sisanya 8,7% termasuk usaha Menengah dengan jumlah karyawan 20-99 orang,

**Tabel 6.45. Jumlah Karyawan UMKM Kota Surakarta**

No	Jenis UMKM Berdasar Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase
1	0-4 Karyawan (Mikro)	33	47,83
2	5-19 Karyawan (Kecil)	30	43,48
3	20-99 Karyawan (Menengah)	6	8,70
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan pembagian pekerjaan atau struktur organisasi dalam UMKM di Surakarta sebagaimana tabel 6.46 terdapat 69,57% UMKM yang memiliki pembagian pekerjaan dan 30,43% masih belum memilikinya.

**Tabel 6.46. Struktur Organisasi UMKM Kota Surakarta**

No	Struktur Organisasi/Pembagian Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Ada	48	69,57
2	Tidak Ada	21	30,43
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam system penggajian karyawan, UMKM di Kota Surakarta masih menggunakan system upah dan gaji berdasarkan Item, harian, mingguan maupun bulanan. 37,68% UMKM menggunakan system gaji bulanan, Sejumlah 377,68% UMKM melakukan system penggajian bulanan, 21,74% system upah mingguan,

dan 15,9% system upah harian dan sisanya berdasarkan item. Sebagaimana diuraikan dalam tabel 6.47 berikut.

**Tabel 6.47. Sistem Penggajian UMKM Kota Surakarta**

No	Sistem Gaji & Upah	Frekuensi	Persentase
1	Tidak Ada	7	10,14
2	Item	10	14,49
3	Harian	11	15,94
4	Mingguan	15	21,74
5	Bulanan	26	37,68
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek produksi, seperti yang terlihat dalam tabel 6.48 ketersediaan bahan baku menjadi penting dalam mendukung operasional usaha. Dari semua responden 94,20% menyebutkan bahwa bahan baku cukup tersedia, dan hanya 5,80% yang menyebutkan kelangkaan bahan baku atau bahan baku jarang tersedia.

**Tabel 6.48. Ketersediaan Bahan Baku UMKM Kota Surakarta**

No	Ketersediaan Bahan Baku	Frekuensi	Persentase
1	Jarang/Langka	4	5,80
2	Tersedia	65	94,20
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.49 dapat diketahui bahwa jenis usaha terbesar dari responden UMKM adalah konveksi dan kuliner serta kerajinan. Hal ini terlihat dari jenis bahan baku yang digunakan yaitu, 20,29% jenis bahan baku yang dibutuhkan kain, 10,14% menggunakan Bahan baku tepung, daging dan kulit.

**Tabel 6.49. Jenis Bahan Baku UMKM Kota Surakarta**

No	Jenis Bahan Baku Utama	Frekuensi	Persentase
1	Alumunium	1	1,45
2	Bambu	1	1,45
3	Bawang Merah	1	1,45
4	Benang	1	1,45
5	Beras	6	8,70
6	Bulu	2	2,90
7	Bumbu Masak	2	2,90
8	Chocolate	1	1,45
9	Daging	7	10,14
10	Kacang Tanah	1	1,45
11	<b>Kain</b>	<b>14</b>	<b>20,29</b>
12	Kayu	6	8,70
13	Kedelai	4	5,80
14	Keramik	1	1,45
15	Kopi	1	1,45
16	Kulit	7	10,14
17	Logam	1	1,45
18	Manik-manik	1	1,45
19	Singkong	1	1,45
20	Tepung	7	10,14
21	Tidak Ada	3	4,35
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan cara perolehan bahan baku, sesuai dengan tabel 6.50 terlihat bahwa sebagian besar UMKM yaitu 53,62% masih secara mandiri untuk mendapatkan bahan baku. Sementara yang mendapatkan kiriman dari pemasok sebanyak 37,68%.

**Tabel 6.50. Cara Perolehan Bahan Baku UMKM Kota Surakarta**

No	Cara Mendapatkan Bahan Baku	Frekuensi	Persentase
1	Dari Pemasok	26	37,68
2	Mandiri	37	53,62
3	Rahasia perusahaan	1	1,45
4	Tidak Diisi	5	7,25
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Sistem produksi UMKM di Kota Surakarta sebagian besar sudah dilakukan secara continue yaitu sebesar 66,67%, meskipun masih terdapat 33. 33% yang menjalankan produksi berdasarkan pesanan. Sebagaimana terlihat dalam tabel 6.51 berikut.

**Tabel 6.51. Sistem Produksi UMKM Kota Surakarta**

No	Teknologi Transaksi Pembayaran	Frekuensi	Persentase
1	Kontinu	46	66,67
2	Pesanan	23	33,33
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek penggunaan bahan bakar, seperti diuraikan dalam tabel 6.52 menunjukkan bahwa 42,30% UMKM sudah menggunakan gas elpiji, 13,04% masih menggunakan kayu bakar dan terdapat 10,14% yang menggunakan listrik, selain itu juga menggunakan BBM, dan minyak tanah.

**Tabel 6.52. Bahan Bakar UMKM Kota Surakarta**

No	Bahan Bakar	Frekuensi	Persentase
1	BBM	3	4,35
2	Gas	29	42,03
3	Kayu Bakar	9	13,04
4	Lainnya	2	2,90
5	Listrik	7	10,14
6	Minyak Tanah	2	2,90

No	Bahan Bakar	Frekuensi	Persentase
7	Tidak Ada	17	24,64
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam penggunaan teknologi produksi, UMKM di Kota Surakarta sudah sebagian besar menggunakan teknologi mesin, Berdasar tabel 6.53 terdapat 43,48% UMKM telah menggunakan mesin dan manual, 13,04% hanya menggunakan mesin, dan yang masih manual sekitar 36,23%.

**Tabel 6.53. Teknologi Produksi UMKM Kota Surakarta**

No	Teknologi Transaksi Pembayaran	Frekuensi	Persentase
1	Manual	25	36,23
2	Manual & Mesin	30	43,48
3	Mesin	9	13,04
4	Tidak Ada	5	7,25
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.54, diketahui jenis program bantuan pemerintah yang pernah diikuti pelaku UMKM di Kota Surakarta masih sangat minim. Sebanyak 13,04% yang pernah mengikuti pelatihan, dan 5,80% pernah mengikuti seminar/penyuluhan, dan hanya 2,90 yang pernah mendapatkan bantuan dan pernah mengikuti event di pemkot dan 73,91% belum pernah.

**Tabel 6.54. Jenis Kegiatan Program Pemerintah UMKM Kota Surakarta**

No	Jenis Program Pemerintah yang pernah diikuti	Frekuensi	Persentase
1	Bantuan	2	2,90
2	Event Pemerintah Kota	2	2,90
3	Pelatihan	9	13,04
4	Seminar/Penyuluhan	4	5,80

No	Jenis Program Pemerintah yang pernah diikuti	Frekuensi	Persentase
5	Workshop	1	1,45
6	Tidak Ada	51	73,91
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Jenis bantuan pemerintah yang pernah diterima oleh UMKM sebagaimana tabel 6.55 terdiri dari bantuan bahan baku, Bansos, Alat, BPUM, Uang, dan pelatihan masih sangat minim. Hanya 10,14% UMKM yang pernah mendapatkan bantuan berupa uang tunai, bantuan berupa bahan baku 7,25%, dan Bantuan Sosial UMKM 4,35%. Terdapat 72,46% UMKM yang belum pernah mendapatkan bantuan pemerintah.

**Tabel 6.55. Jenis Bantuan Pemerintah UMKM Kota Surakarta**

No	Jenis Bantuan Pemerintah yang Pernah Didapatkan	Frekuensi	Persentase
1	Bahan Baku	5	7,25
2	Bansos UMKM	3	4,35
3	Barang Operasional	1	1,45
4	BPUM	1	1,45
5	Dana	7	10,14
6	Pelatihan	2	2,90
7	Tidak Ada	50	72,46
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam menunjang pemasaran produk perlu adanya kemasan yang menarik atau atraktif. Berdasar tabel 6.56, 43,48% responden pelaku UMKM di kota Surakarta telah dapat membuat desain kemasan sendiri, 28,99% menggunakan jasa desain kemasan dan 27,54% belum memiliki kemasan sendiri.

**Tabel 6.56. Kemasan Atraktif UMKM Kota Surakarta**

No	Kemasan yang Atraktif	Frekuensi	Persentase
1	Desain Sendiri	30	43,48
2	Jasa Desain	20	28,99
3	Tidak Ada	19	27,54
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.57, terlihat bahwa kemasan yang telah dibuat sebagian besar belum memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang dijual. Terdapat 56,52% menyebutkan bahwa kemasan yang dimiliki masih sederhana belum mencakup informasi yang lengkap dan detail tentang produk, sedangkan 43,48% menyatakan sudah cukup lengkap.

**Tabel 6.57. Kelengkapan Kemasan UMKM Kota Surakarta**

No	Kelengkapan Informasi pada Kemasan	Frekuensi	Persentase
1	Lengkap	30	43,48
2	Belum Lengkap	39	56,52
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek legalitas produk UMKM kota Surakarta, terdapat 63,77% menyebutkan produk yang dijual sudah mendapatkan ijin atau legal seperti tersertifikasi halal, sedangkan 34,78% belum mendapatkan ijin dan 1,45% masih dalam proses perjinan.

**Tabel 6.58. Legalitas Produk UMKM Kota Surakarta**

No	Legalitas Produk	Frekuensi	Persentase
1	Legal	44	63,77
2	Belum Legal	24	34,78
3	Sedang Proses Legalisasi	1	1,45

No	Legalitas Produk	Frekuensi	Persentase
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek penggunaan teknologi digital dalam transportasi penjualan, dapat terlihat bahwa sebagian UMKM Kota Surakarta telah memanfaatkan aplikasi tersebut. Sebagaimana tabel 6.59 menyebutkan sejumlah 79,17% UMKM telah menggunakan aplikasi transportasi digital, dan 20,83% sisanya belum menggunakannya. Durasi penggunaan aplikasi transportasi digital berkisar 1-10 tahun.

**Tabel 6.59. Aplikasi Transportasi Digital UMKM Kota Surakarta**

No	Aplikasi Transportasi Digital	Frekuensi	Persentase
1	Ada	19	79,17
2	Tidak Ada	5	20,83
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100,00</b>

No	Lama Penggunaan Aplikasi Transportasi Digital	Frekuensi	Persentase
1	1-10 tahun	19	79,17
2	Belum menggunakan transportasi digital	5	20,83
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Pada tabel 6.60 diketahui bahwa penggunaan aplikasi mobile payment masih belum banyak dimanfaatkan pelaku UMKM di Surakarta, terbukti hanya 56,52% yang telah memiliki aplikasi tersebut dan 43,48 masih belum memanfaatkannya. Rata-rat penggunaan kurang dari 1-10 tahun.

**Tabel 6.60. Aplikasi Mobile Payment UMKM Kota Surakarta**

No	Aplikasi mobile payment	Frekuensi	Persentase
1	Ada	39	56,52
2	Tidak Ada	30	43,48
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Lama Penggunaan Aplikasi Mobile Payment	Frekuensi	Persentase
1	< 1 tahun	1	1,45
2	> 10 tahun	1	1,45
3	1-10 tahun	35	50,72
4	Belum menggunakan aplikasi mobile payment	32	46,38
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari tabel 6.61 terlihat bahwa UMKM di Kota Surakarta sebagian besar telah melakukan riset pasar dan sudah memiliki target konsumen sendiri. Dari hasil survei disebutkan 86,96% UMKM atau 60 responden telah melakukan riset pasat dan 88,41% sudah memiliki target konsumen.

**Tabel 6.61. Riset Pasar dan Target Konsumen UMKM Kota Surakarta**

No	Riset Pasar	Frekuensi	Persentase
1	Belum melakukan Riset Pasar	9	13,04
2	Sudah melakukan Riset Pasar	60	86,96
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Penentuan Target Konsumen	Frekuensi	Persentase
1	Belum memiliki penentuan target konsumen	8	11,59
2	Sudah memiliki penentuan target konsumen	61	88,41
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 6.62 dibawah ini, penggunaan aplikasi marketplace oleh UMKM Surakarta masih minim. Sebanyak 65,22% belum memiliki aplikasi marketplace dan hanya 34,78% yang sudah memiliki aplikasi di marketplace. Dengan lama penggunaan aplikasi 1-10 tahun.

**Tabel 6.62. Aplikasi Marketplace UMKM Kota Surakarta**

No	Aplikasi marketplace	Frekuensi	Persentase
1	Ada	24	34,78
2	Tidak Ada	45	65,22
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

No	Lama Penggunaan Aplikasi Marketplace	Frekuensi	Persentase
1	< 1 tahun	1	1,45
2	1-10 tahun	22	31,88
3	Belum memiliki marketplace	46	66,67
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam aspek pemasaran digital, UMKM kota Surakarta sebagian besar telah memiliki rancangan konten untuk pemasaran. Terlihat dalam uraian tabel 6.63 sejumlah 56,17% UMKM telah memiliki rancangan konten pemasaran dan 47,83% sisanya belum memiliki. Hal ini bisa disebabkan karena pengguna media pemasaran online yang masih sedikit.

**Tabel 6.63. Rancangan Konten Pemasaran UMKM Kota Surakarta**

No	Rancangan konten pemasaran	Frekuensi	Persentase
1	Belum memiliki rancangan konten pemasaran	33	47,83
2	Sudah memiliki rancangan konten pemasaran	36	52,17
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasar tabel 6.64, dalam menunjang kegiatan pemasaran produk belum banyak UMKM yang memanfaatkan iklan berbayar. Dapat diketahui bahwa UMKM kota Surakarta masih minim menggunakan iklan berbayar, hanya 18,84% yang sudah menggunakan iklan berbayar, sementara 81,16% belum menggunakannya.

**Tabel 6.64. Penggunaan Iklan Berbayar UMKM Kota Surakarta**

No	Penggunaan Iklan Berbayar	Frekuensi	Persentase
1	Belum menerapkan iklan berbayar	56	81,16
2	Sudah menerapkan iklan berbayar	13	18,84
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dalam penggunaan media sosial 53,62% UMKM di Surakarta masih belum menerapkan kombinasi media sosial atau hanya memilih salah satu dari media sosial yang digunakan, terbukti hanya 46,38% yang telah menerapkan kombinasi beberapa media sosial dalam menjalankan usahanya.

**Tabel 6.65. Kombinasi Media Sosial UMKM Kota Surakarta**

No	Kombinasi Media Sosial	Frekuensi	Persentase
1	Belum menerapkan kombinasi beberapa media sosial	37	53,62
2	Sudah menerapkan kombinasi beberapa media sosial	32	46,38
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasar tabel 6.66 dibawah terlihat bahwa penggunaan pemasaran digital sebagian besar belum dilakukan evaluasi. Sebanyak 49,28% yang sudah

melakukan evaluasi pemasaran digital, sedangkan 50,72% pelaku UMKM belum pernah melakukan evaluasi pemasaran digital.

**Tabel 6.66. Evaluasi Pemasaran Digital UMKM Kota Surakarta**

No	Metode Evaluasi Pemasaran Digital	Frekuensi	Persentase
1	Belum Melakukan evaluasi pemasaran secara digital	35	50,72
2	Sudah melakukan evaluasi pemasaran secara digital	34	49,28
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Dari aspek adopsi teknologi pemasaran melalui E Commerce, 55,07% UMKM diSurakarta belum memanfaatkan E-Commerce, hanya 44,93% yang sudah memanfaatkannya. Hal ini disebabkan masih minimnya UMKM yang memanfaatkan media online dalam kegiatan usahanya dan sebagian besar masih berjalan secara tradisional.

**Tabel 6.67. Pemanfaatan E- Commerce UMKM Kota Surakarta**

No	Pemanfaatan E-Commerce	Frekuensi	Persentase
1	Belum Memanfaatkan E-Commerce	38	55,07
2	Sudah Memanfaatkan E-Commerce	31	44,93
<b>Total</b>		<b>69</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer, 2023

## **B. Pelaksanaan Digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta**

Dalam pelaksanaan Digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta, pelaku usaha yang berusia di atas 50 tahun memiliki keterbatasan pikiran, tenaga dan waktu untuk mempelajari teknologi baru sehingga membuat IKM dan UMKM kesulitan dalam mengikuti perkembangan persaingan. Hal ini menjadi latar belakang minimnya keterampilan inovasi bisnis berbasis digital. Situasi bisnis yang sudah mapan, produksi berjalan rutin, pesanan dari pelanggan yang sudah ada,

masuk secara teratur, membuat IKM dan UMKM merasa sudah cukup nyaman dalam menjalani bisnisnya. Budaya organisasi yang sulit untuk berubah menjadi alasan ketertinggalan IKM dan UMKM pada perkembangan teknologi digital.

“Saya sudah cukup tua untuk mempelajari teknologi digital. Cukup tau saja dan tetap focus pada produksi. Jika ada pihak yang bersedia membantu sebagai admin pemasaran digital tentunya akan lebih baik”.

(Pengusaha mebel, 2023)

“Saya sudah punya langganan tetap. Lebih nyaman memelihara pelanggan lama dari pada mencari pelanggan baru. Sempat pernah mencoba pemasaran digital, namun ketika ada permintaan, saya tidak mampu memenuhinya, karena keterbatasan tenaga kerja, waktu dan bahan baku. Apalagi produk saya ini, sarat akan seni, sehingga tidak banyak yang bisa menguasai cara pembuatannya. Produk kami juga identic dengan acara budaya tertentu, seperti pernikahan atau upacara kebudayaan”.

(Pengrajin blangkon, 2023)

“Produk saya ini, tergantung pada kualitas bahan baku. Kualitas bahan baku hanya ada pada daerah tertentu saja. Karakteristik bahan baku rotan membatasi penggunaan teknologi produksi, karena mudah rusak. Produk yang saya tawarkan bukan merupakan kebutuhan primer, namun lebih cenderung pada hobi dan kegemaran. Penjualan biasanya akan meningkat ketika ada lomba. Semakin sering ada lomba maka semakin tinggi kebutuhan sangkar burung.”

IKM dan UMKM di Kota Surakarta memiliki berbagai kelemahan dalam adopsi teknologi digital. Kelemahan internal organisasi berupa lingkup usaha yang sempit, minimalnya jumlah tenaga kerja dan kurangnya kemampuan modal bisnis seringkali membuat pengetahuan dan keterampilan SDM menjadi terbatas. Kerjasama dan kolaborasi jaringan dengan pihak eksternal dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan usahanya. Pemanfaatan jejaring ini dapat meningkatkan kemampuan dinamis IKM dan UMKM dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM, kemampuan perencanaan strategis dan kemampuan pemasaran.

Beberapa langkah yang bisa dilakukan seperti: bekerjasama dengan Technopark untuk meningkatkan literasi digitalisasi bisnis, mengikuti pelatihan peningkatan keterampilan manajemen usaha yang diselenggarakan secara rutin oleh Dinas Pemerintah Kota Surakarta, join pameran, join admin “bersama” melalui marketplace, aktif dalam asosiasi/paguyuban/sentra dll. Paguyuban batik Kauman,

telah mencoba membuktikan kekuatan jejaring melalui pengelolaan organisasi paguyuban, pendirian koperasi. Melalui koperasi ini, pengembangan usaha anggota koperasi menjadi prioritas. Paguyuban batik Kauman bisa mendapatkan bantuan CSR berupa pinjaman dana usaha. Koperasi Batik Kauman ini dapat bekerjasama dengan sebuah yayasan sosial. Kerjasama ini meningkatkan digitalisasi bisnis Batik Kauman. Yayasan ini memasarkan produk batik melalui online, hal ini membuat Batik Kauman menjadi lebih dikenal masyarakat secara lebih luas, dibuktikan dengan adanya permintaan batik dari pasar luar negeri.

Digitalisasi bisnis tidak hanya dalam hal manajemen pemasaran saja, namun pebisnis juga dapat melakukan digitalisasi produksi, keuangan ataupun pengelolaan sumber daya manusia.

“Produk saya ini, tergantung pada kualitas bahan baku. Kualitas bahan baku hanya ada pada daerah tertentu saja. Karakteristik bahan baku rotan membatasi penggunaan teknologi produksi, karena mudah rusak. Produk yang kami tawarkan bukan merupakan kebutuhan primer, namun lebih cenderung pada hobi dan kegemaran. Penjualan biasanya akan meningkat ketika ada lomba. Semakin sering ada lomba maka semakin tinggi kebutuhan sangkar burung.”

(Pengrajin Sangkar Burung, 2023)

“Masa produk yang tidak tahan lama, membuat saya tidak terlalu banyak menggunakan pemasaran digital. Saya lebih memikirkan harga bahan baku yang kurang stabil, sehingga sulit untuk mempertahankan keberlanjutan usaha. Proses produksi masih tradisional dengan sedikit dibantu teknologi mesin. Untuk kondisi keuangan usaha, modal usaha saya terbatas, pencatatan transaksi keuangan tidak selalu kami lakukan dan uang hasil usaha masih menjadi satu dengan kebutuhan pribadi. Hal ini membuat saya kesulitan untuk mengelola keuangan usaha.

(Pengrajin Tempe, 2023)

Digitalisasi pada bidang produksi bisa dilakukan dengan cara mengadopsi proses bisnis yang lebih efektif dan efisien, melalui penggunaan mesin. Mesin ada yang semi manual ataupun otomatis. Mesin ini dapat meningkatkan jumlah barang yang diproduksi dan standar kualitas produk dapat lebih konsisten. Dalam hal keterbatasan masa konsumsi suatu produk, maka inovasi produk bisa menjadi solusi. Inovasi ini tentunya perlu dikaji terlebih dahulu, atau sering disebut dengan riset pasar. Penggiat bisnis dapat menggunakan teknologi internet untuk melakukan riset pasar, mencari tau tentang produk apa yang sedang diminati.

Misalkan untuk produk tempe segar, bisa didiferensiasi menjadi keripik tempe. Keripik tempe sudah banyak tersedia dipasar, sehingga perlu difikirkan keunikan apa yang bisa menjadi keunggulan produk keripik tempe ini. Pada proses produksi, teknologi mesin pengiris, peniris minyak, ataupun kemasan bisa menjadi salah satu bentuk peningkatan digitalisasi bisnis IKM dan UMKM.

Tidak kalah penting yaitu digitalisasi pada manajemen keuangan. Sebagian besar pelaku IKM dan UMKM menggunakan dana pribadi sebagai modal bisnis. Keuangan yang bersumber dari dana pribadi memiliki kelebihan ataupun kekurangan. Kelebihannya yaitu tidak ada ketergantungan dana pada pihak lain, namun hal ini rentan karena dana pribadi ini juga digunakan untuk keperluan pribadi. Sebagian besar tidak memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi sehingga sulit untuk mengukur jumlah pendapatan usaha dan sulit untuk mengelola kebutuhan biaya operasional usaha. Dinas Pemerintah Kota Surakarta menyediakan pelatihan rutin mengenai manajemen usaha, termasuk manajemen keuangan. Kesempatan ini bisa digunakan oleh IKM dan UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan usaha.

IKM dan UMKM Kota Surakarta sudah melakukan adopsi bisnis digital, Sebagian dari mereka berhasil dan terus mempelajari, mendalami, mempraktikan digitalisasi sesuai dengan perkembangan yang ada. Selain karena factor usia pengelola usaha, factor market dan *customer orientation* pelaku usaha juga mempengaruhi karakteristik digitalisasi yang dilakukan. IKM dan UMKM yang menerapkan *market orientation* akan memikirkan perubahan kondisi pasar dari produk yang ditawarkan. Pasar konsumen yang serba digitalisasi, seperti mencari kebutuhan pribadi melalui internet, melakukan proses pembelian secara online, pembayaran menggunakan mobile wallet sampai pada penggunaan aplikasi pengiriman barang. Setelah melakukan pembelian juga tidak terlepas dari teknologi digital seperti sharing testimony melalui media sosial. Kebiasaan ini akan menjadi marketing feedback ataupun electronic word of mouth bagi IKM dan UMKM.

“Selama ini usaha saya tetap mempertahankan penjualan produk batik melalui *showroom* offline. Digitalisasi bisnis sudah mulai diterapkan, salah satunya pemasaran online. Usaha kami sudah pernah mencoba menggunakan iklan online gratis ataupun berbayar, seperti facebook ads. Kami juga pernah menggunakan website atau aplikasi yang bisa digunakan untuk pengiriman keluar negeri, maksimal 30 kg, bisa langsung dikirim. IKM dan UMKM terkadang terhambat pada proses pengiriman barang yang mensyaratkan Cash on Delivery (COD). Masalah ini bisa diatasi dengan menggunakan aplikasi kirimin.aja. Aplikasi ini memudahkan IKM dan UMKM untuk pengiriman COD, berbasis kepercayaan. Kepercayaan dapat dilihat dari track record online, seperti tampilan facebook, kualitas foto asli dll. Kami punya harapan akan adanya dukungan dari stakeholder, khususnya Pemerintah dalam fasilitasi showroom terpusat, showroom online, admin bersama dalam sebuah marketplace yang bisa mempertemukan antara produsen dan buyer”.

(Paguyuban Batik Laweyan, 2023)

Pemasaran online yang dilakukan sudah membuahkan hasil, terlihat dari adanya peningkatan permintaan produk dari daerah lain. Semangat pengembangan usaha harus terus ditumbuhkan. Motivasi penggiat IKM dan UMKM, kemauan untuk berubah mengikuti perkembangan teknologi, ketersediaan waktu dan tenaga, serta keberanian untuk berubah, tentunya akan menjadi pendorong kinerja IKM dan UMKM. Terdapat factor yang mempengaruhi ketidakberhasilan adopsi bisnis digital, yaitu:

1. Persaingan yang ketat. IKM dan UMKM yang tidak mampu bersaing dengan harga, kualitas, atau inovasi produk yang lebih baik, mereka dapat kehilangan pangsa pasar dan mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Pelaku usaha masih kesulitan dalam penentuan harga yang bersaing dipasar, ketersediaan bahan baku, harga bahan baku membuat biaya produksi tidak stabil.
2. Perubahan tren dan permintaan pasar. IKM dan UKM yang tidak mampu mengikuti tren pasar atau tidak dapat memenuhi permintaan yang berubah dari konsumen, bisnis mereka dapat mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Pelaku usaha kesulitan dalam membaca kebutuhan dan keinginan pasar, sehingga sulit untuk mendapatkan ide inovasi produk yang berdaya jual.
3. Kendala keuangan. Masalah seperti kurangnya modal untuk memperluas bisnis, kesulitan dalam mengakses pembiayaan yang diperlukan, atau beban utang yang berat dapat menghambat pertumbuhan dan memaksa bisnis untuk berhenti. Kondisi keuangan yang kurang stabil karena perilaku keuangan yang

mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, pencatatan yang belum terstandarisasi, sehingga belum bisa menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan yang terstandarisasi bisa digunakan untuk pengajuan bantuan keuangan.

4. Peraturan dan kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah, termasuk perubahan regulasi atau kebijakan terkait perpajakan, lingkungan, tenaga kerja, atau perdagangan internasional, dapat berdampak signifikan pada IKM atau UKM. Jika peraturan atau kebijakan tersebut memberikan beban birokrasi yang berat atau mengurangi daya saing bisnis, hal ini dapat menyebabkan IKM atau UKM berhenti beroperasi.
5. Masalah manajemen. Masalah internal dalam manajemen bisnis, seperti kurangnya keterampilan manajerial, kurangnya perencanaan strategis, atau kegagalan dalam mengelola keuangan, dapat menyebabkan bisnis tidak berjalan efisien dan berhenti beroperasi. IKM dan UMKM lebih focus pada proses produksi, belum menyadari pentingnya proses manajemen usaha.
6. Krisis ekonomi. Krisis ekonomi seperti resesi atau instabilitas finansial dapat berdampak negatif pada IKM dan UKM. Penurunan daya beli konsumen, berkurangnya permintaan, atau ketidakstabilan pasar dapat membuat bisnis kecil dan menengah sulit bertahan dan akhirnya berhenti beroperasi.
7. Faktor eksternal tak terduga. Bencana alam, konflik politik, perubahan iklim, atau peristiwa tak terduga lainnya dapat mengganggu operasional IKM atau UKM secara signifikan. Jika bisnis tidak memiliki ketahanan yang cukup atau sumber daya yang memadai untuk mengatasi faktor-faktor tersebut, mereka mungkin terpaksa berhenti beroperasi.

IKM dan UMKM di Kota Surakarta yang sukses menjalankan usaha di era industri 4.0 dikarenakan oleh beberapa hal, yaitu:

1. Perencanaan Bisnis yang solid. Suatu IKM dan atau UMKM yang sukses biasanya memiliki rencana bisnis yang jelas dan terstruktur. Rencana bisnis ini mencakup visi, misi, strategi pemasaran, analisis pasar, sasaran keuangan, dan langkah-langkah taktis untuk mencapai tujuan bisnis.

2. Produk atau Layanan yang Berkualitas. IKM dan atau UMKM harus untuk menyediakan produk atau layanan berkualitas yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Fokus pada kualitas, inovasi, dan diferensiasi dapat membantu mereka membangun reputasi yang baik dan membedakan diri dari pesaing.
3. Pemahaman Pelanggan. IKM atau UKM yang sukses mengerti dan mengenal dengan baik pelanggan mereka. Mereka melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan. Dengan pemahaman yang mendalam ini, mereka dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif dan menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Pemasaran yang Efektif: IKM atau UKM yang berhasil memiliki strategi pemasaran yang kuat. Mereka menggunakan berbagai kanal pemasaran yang relevan, seperti media sosial, iklan online, konten pemasaran, dan kerjasama dengan mitra bisnis. Pemasaran yang tepat sasaran dan kreatif membantu meningkatkan visibilitas merek, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang ada.
5. Manajemen Keuangan yang Cermat: Sukses IKM atau UKM juga tergantung pada manajemen keuangan yang baik. Ini meliputi mengelola arus kas dengan efisien, mengontrol biaya, dan memantau kinerja keuangan secara teratur. Memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan bisnis membantu mereka membuat keputusan yang cerdas dalam hal investasi, pengembangan, atau ekspansi.
6. Inovasi dan Adaptabilitas. IKM atau UKM yang sukses mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan tren. Mereka terus melakukan inovasi, baik dalam produk, proses, atau model bisnis mereka. Fleksibilitas dan kemampuan untuk belajar dari pengalaman membantu mereka tetap relevan dan berdaya saing.
7. Keterampilan Manajerial yang Kuat. Pemilik atau pengelola IKM atau UKM yang sukses memiliki keterampilan manajerial yang baik. Mereka mampu mengorganisir sumber daya, mengelola tim dengan efisien, dan membuat

keputusan yang tepat. Keterampilan kepemimpinan, komunikasi, dan manajemen waktu juga penting untuk mencapai kesuksesan.

8. Jaringan dan Kolaborasi: Berpartisipasi dalam jaringan bisnis, asosiasi industri, atau komunitas lokal dapat membantu IKM atau UKM untuk memperluas jangkauan mereka, mendapatkan akses ke sumber day

Beberapa praktik digitalisasi yang telah dilakukan oleh IKM dan UMKM Kota Surakarta yaitu sebagai berikut:

1. E-commerce dan Penjualan Online. IKM dan UKM membuka toko online atau berpartisipasi dalam platform e-commerce untuk menjual produk atau layanan mereka secara online. Ini memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengatasi keterbatasan geografis, dan memfasilitasi transaksi dengan pelanggan di mana saja.
2. Pemasaran Digital. IKM dan UKM memanfaatkan strategi pemasaran digital seperti iklan online, pemasaran konten, media sosial, dan email marketing. Ini dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, menargetkan pelanggan potensial dengan lebih tepat, dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui platform digital.
3. Manajemen Stok dan Inventaris. IKM dan UKM menggunakan perangkat lunak manajemen stok dan inventaris untuk memantau persediaan mereka secara real-time. Ini membantu mereka mengoptimalkan persediaan, menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan, dan meningkatkan efisiensi operasional.
4. Pembayaran Digital. IKM dan UMKM mengadopsi metode pembayaran digital seperti dompet digital, pembayaran kartu kredit/debit online, atau aplikasi pembayaran digital untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. Hal ini juga mempercepat proses pembayaran dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Analitik dan Pemahaman Pelanggan. IKM dan UKM menggunakan alat analitik data untuk memahami perilaku pelanggan, tren pasar, preferensi konsumen, dan kinerja bisnis mereka. Ini membantu mereka mengambil keputusan berdasarkan data yang akurat dan merancang strategi yang lebih efektif.

6. Kolaborasi dan Komunikasi Online. IKM dan UKM memanfaatkan alat kolaborasi online seperti email, pesan instan, atau platform kolaborasi proyek untuk berkomunikasi dengan mitra bisnis, tim internal, dan pelanggan. Ini memfasilitasi komunikasi yang efisien dan kerjasama yang baik.
7. Keamanan dan Perlindungan Data. IKM dan UKM memperhatikan keamanan data dan privasi pelanggan. Menerapkan langkah-langkah keamanan seperti enkripsi data, sertifikat SSL untuk website, dan kebijakan privasi yang jelas dapat membangun kepercayaan pelanggan dan melindungi informasi penting.

Tingkatan klasifikasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang berdeda. Semakin besar skala usaha terlihat bahwa mereka semakin sadar dan juga melakukan adopsi teknologi untuk peningkatan produktivitas dan menjaga keberlanjutan bisnis mereka. Secara detail tingkat adopsi teknologi digital untuk IKM dan UMKM diuraikan pada table 6.67 di bawah ini.

Tabel 6.68. Pemetaan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

Digitalisasi IKM dan UMKM	UMKM			IKM	
	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Industri Kecil	Usaha Menengah
Digitalisasi produksi	Peralatan produksi sederhana	Kombinasi mesin dan manual	Dominan mesin dan tetap dibantu alat manual	Kombinasi mesin dan manual	Dominan mesin dan tetap dibantu alat manual
Digitalisasi pemasaran	Komunikasi langsung kontak handphone pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai aktif menggunakan whatsapp group.</li> <li>• Mulai aktif menggunakan media sosial seperti instagram.</li> <li>• Mulai menggunakan platform marketplace</li> <li>• Mulai menggunakan platform marketplace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktif menggunakan whatsapp group.</li> <li>• Aktif menggunakan media sosial seperti instagram.</li> <li>• Aktif menggunakan platform marketplace</li> <li>• Pernah menggunakan iklan berbayar</li> <li>• Pernah melakukan optimalisasi pemasaran media sosial dan marketplace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulai aktif menggunakan whatsapp group.</li> <li>• Mulai aktif menggunakan media sosial seperti instagram.</li> <li>• Mulai menggunakan platform marketplace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktif menggunakan whatsapp group.</li> <li>• Aktif menggunakan media sosial seperti instagram.</li> <li>• Aktif menggunakan platform marketplace</li> <li>• Pernah menggunakan iklan berbayar</li> <li>• Pernah melakukan optimalisasi pemasaran media sosial dan marketplace</li> </ul>

Digitalisasi IKM dan UMKM	UMKM			IKM	
	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Industri Kecil	Usaha Menengah
Digitalisasi keuangan	Belum dilakukan	Keuangan tercatat dan dilaporkan secara sistematis ketika menggunakan platform marketplace.	Riwayat transaksi pembayaran melalui transfer perbankan ataupun mobile payment	Keuangan tercatat dan dilaporkan secara sistematis ketika menggunakan platform marketplace.	Riwayat transaksi pembayaran melalui transfer perbankan ataupun mobile payment

## BAB VII

### MODEL PENGUATAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

Penguatan IKM dan UMKM Kota Surakarta berbasis digital harus dilakukan tersistem dan terencana dengan baik. Untuk itu dibutuhkan analisis SWOT, strategi, model penguatan kelembagaan, tahapan dan rencana aksi yang jelas dan operasional.

#### A. Potensi dan Permasalahan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

IKM dan UMKM Kota Surakarta memiliki berbagai tingkatan digitalisasi yang berbeda antara unit usaha satu dan unit usaha lainnya. Kondisi yang bervariasi ini mempengaruhi strategi, model dan rencana aksi pengembangan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta. Berdasarkan hasil survey, indepth interview dan pemetaan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, dijelaskan berbagai potensi dan permasalahan IKM dan UMKM Kota Surakarta.

Kota Surakarta memiliki berbagai potensi atas pelaksanaan digitalisasi IKM dan UMKM dalam pengembangan perekonomian daerah. Potensi tersebut adalah sebagai berikut.

- a. IKM dan UMKM memiliki ketertarikan yang tinggi untuk mengembangkan usaha;
- b. IKM dan UMKM memiliki semangat melakukan inovasi produk yang tinggi. Hal ini terlihat dari variasi produk yang ditawarkan cukup banyak;
- c. IKM dan UMKM memiliki kemauan mencoba teknologi baru dalam produksi ataupun pemasaran. Pengetahuan diperoleh melalui pelatihan yang diadakan oleh pemerintah ataupun pembelajaran secara otodidak melalui tutorial video youtube;
- d. IKM dan UMKM memiliki varian jenis produk yang kreatif, baik dari desain produk dan harga;
- e. IKM dan UMKM memiliki proses operasional (produksi) yang mengunggulkan kualitas;
- f. IKM dan UMKM memiliki kecenderungan aktif melalui grup whatsapp;

- g. IKM dan UMKM sudah mulai mencoba membuat konten pemasaran sederhana;
- h. IKM dan UMKM memiliki kerjasama membuat paket produk bingkisan pada masa hari besar;
- i. IKM dan UMKM memiliki komunitas pengusaha IKM dan UMKM seperti paguyuban;
- j. IKM dan UMKM memiliki permintaan produk yang menurun pada masa covid tetapi saat ini sudah mulai kembali mengalami kenaikan;
- k. IKM dan UMKM memiliki bahan baku yang tersedia mencukupi kebutuhan produksi;
- l. IKM dan UMKM melaksanakan produksi secara rutin;
- m. IKM dan UMKM terbuka dengan adanya program pengembangan usaha dari pemerintah;
- n. IKM dan UMKM focus pada pemenuhan kebutuhan dan permintaan pelanggan;
- o. Tingkat penjualan produk IKM dan UMKM meningkat pada periode musim tertentu;
- p. IKM dan UMKM memiliki produk khas yang memiliki nilai seni otentik;
- q. IKM dan UMKM sudah mulai mengarah pada pasar ekspor;

Selain memiliki berbagai potensi, IKM dan UMKM di Kota Surakarta juga memiliki berbagai permasalahan yang harus ditangani untuk meningkatkan produktifitas usaha dan menjaga keberlanjutan bisnis. Permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

- a. IKM dan UMKM masih lemah dalam hal perencanaan, evaluasi dan keterlibatan karyawan dalam menciptakan inovasi bisnis. Hal ini dikarenakan oleh sistem bisnis keluarga dan kepemilikan tunggal sehingga pengambilan keputusan dominan bersumber dari pemilik usaha.
- b. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan modal sehingga kesulitan dalam pengembangan usaha; sebagian besar menggunakan modal sendiri, sehingga ketersediaan modal hanya dari satu pintu saja;
- c. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan jumlah tenaga kerja yang terampil dalam membuat konten pemasaran;

- d. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan jumlah tenaga kerja yang terampil dalam pencatatan keuangan;
- e. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan jumlah tenaga kerja bagian produksi sehingga tidak dapat memenuhi permintaan;
- f. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan dalam pembagian kerja yang tidak proporsional sehingga proses bisnis kurang maksimal (produksi merangkap pemasaran sekaligus distribusi);
- g. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan dalam peralatan yang memadai untuk produksi massal;
- h. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan dalam mengirim produk keluar pulau karena ongkos kirim yang tidak terjangkau;
- i. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan paguyuban yang terbentuk masih lemah dalam hal penataan organisasi kelembagaan sehingga belum bisa memberi manfaat yang maksimal;
- j. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan tentang berinovasi dan menyesuaikan kemauan pasar yang sekarang, terutama untuk memasarkan secara online;
- k. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan permintaan produk yang menurun pada masa covid;
- l. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan produk tidak dapat bertahan lama sehingga sulit jika dijual secara online;
- m. IKM dan UMKM memiliki kesulitan dalam pengelolaan pemasaran online, misal pernah memiliki website hasil dari pendampingan namun tidak bisa melanjutkan pemeliharannya;
- n. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan dalam memahami cara optimalisasi penjualan melalui marketplace;
- o. IKM dan UMKM memiliki jumlah pesaing yang sangat banyak sehingga menuntut keaktifan berinovasi;
- p. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan dalam kualitas pelayanan karena kurangnya SDM terampil;
- q. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan bahwa produk yang dihasilkan bukan merupakan kebutuhan pokok sehingga tingkat penjualan kurang stabil;

- r. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan bahan bakar kayu;
- s. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan dan ketidakstabilan harga bahan baku;
- t. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan rendahnya kualitas bahan baku yang sanggup dibeli untuk produksi;
- u. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan alat transportasi;
- v. IKM dan UMKM memiliki kesulitan dalam pencatatan keuangan secara digital;
- w. IKM dan UMKM memiliki kesulitan produksi karena seringnya terjadi kerusakan mesin;
- x. IKM dan UMKM memiliki kendala upah buruh yang cukup tinggi;
- y. IKM dan UMKM memiliki kesulitan pada proses pengeringan karena tergantung pada cuaca;
- z. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan keterampilan penggunaan teknologi pemasaran digital;
- aa. IKM dan UMKM memiliki kesulitan mencari SDM yang terampil membuat;
- bb. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan kelangkaan bahan bakar;
- cc. IKM dan UMKM memiliki kesulitan dalam monitoring keuangan karena tidak ada pencatatan keuangan yang sesuai standar;
- dd. IKM dan UMKM memiliki keterbatasan ketrampilan pencatatan keuangan digital;
- ee. Etika manajemen bisnis IKM dan UMKM masih perlu ditingkatkan (etika penggunaan media sosial dalam pemasaran produk, etika penataan keuangan keluarga dan bisnis dll);
- ff. IKM dan UMKM lebih tertarik focus pada produksi sehingga belum ada waktu untuk inovasi bisnis;
- gg. IKM dan UMKM kesulitan dalam melakukan regenerasi SDM untuk pengelolaan bisnis berkelanjutan;
- hh. IKM dan UMKM belum dapat melakukan manajemen persediaan bahan baku dan barang jadi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang meningkat pada masa tertentu;
- ii. Tingkat penjualan produk IKM dan UMKM bergantung pada event tertentu seperti perlombaan, atraksi wisata dll;

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan di atas, terdapat permasalahan utama yang banyak dialami oleh IKM dan UMKM Kota Surakarta terkait digitalisasi usaha, yaitu kurangnya keterampilan pemasaran digital, kurangnya keterampilan pencatatan keuangan digital dan keterbatasan jumlah SDM yang terampil serta keterbatasan alat produksi massal.

## **B. Strategi Penguatan Kapasitas Kelembagaan Digitalisasi IKM dan UMKM**

### **1. Analisis SWOT**

Analisis ini digunakan untuk menganalisis aspek internal dan eksternal IKM dan UMKM di Kota Surakarta terkait adopsi teknologi digital. Aspek internal dibagi menjadi 2, yaitu kekuatan dan kelemahan. Berikut deskripsi kekuatan dan kelemahan IKM dan UMKM digital di Kota Surakarta.

#### **Kekuatan:**

- a. IKM dan UMKM mampu beradaptasi dengan cepat atas perubahan lingkungan sehingga menjadi modal penting untuk menjadi aktor utama dalam ekonomi digital,
- b. Banyak IKM dan UMKM yang telah menggunakan teknologi digital dalam bisnisnya,
- c. Penggunaan teknologi digital menjadikan IKM dan UMKM lebih kompetitif,
- d. Banyak fasilitas yang dapat diberikan terkait dengan digitalisasi,
- e. IKM dan UMKM digital dapat memperluas jangkauan konsumen secara nasional dan bahkan global,
- f. IKM dan UMKM digital dapat memperkirakan jumlah dan spesifikasi jangkauan calon konsumen / pelanggan,
- g. Banyak layanan e-commerce bagi IKM dan UMKM yang telah dilengkapi dengan layanan payment solution sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi.
- h. Terdapat banyak kluster, sentra, komunitas, paguyuban dan koperasi yang bertujuan untuk bersama-sama mengembangkan usaha IKM dan UMKM.

### **Kelemahan:**

- a. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM dan tenaga kerja yang memiliki keterbatasan dalam pengetahuan internet dan pemasaran digital,
- b. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM dan tenaga kerja yang belum terampil dalam bidang internet dan marketing digital,
- c. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM yang memiliki akses internet terbatas,
- d. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM yang belum digital-literate,
- e. Pemberdayaan IKM dan UMKM masih dilakukan secara parsial,
- f. IKM dan UMKM digital belum berjalan maksimal sesuai dengan yang telah direncanakan baik dalam penyediaan sarana dan prasarana maupun dalam kerja sama dengan pihak lain dalam konsep Penta Helix,
- g. Jumlah akses point wifi, id, sebagai alternatif pengganti masih perlu diperbanyak.
- h. Regenerasi dalam keberlanjutan bisnis,
- i. Migrasi model bisnis dari tradisional ke modern,

Aspek eksternal IKM dan UMKM digital di Kota Surakarta dibagi menjadi 2, yaitu peluang dan ancaman. Berikut deskripsi peluang dan ancaman digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta.

### **Peluang:**

- a. Peningkatan penjualan dan pendapatan IKM dan UMKM yang menggunakan teknologi digital,
- b. Perkembangan teknologi digital meningkatkan akses ke pelanggan baru, baik dalam negeri maupun luar negeri,
- c. Kemudahan dalam mengakses pasar digital,
- d. Konsumen pengguna produk IKM dan UMKM lebih menyukai transaksi online,
- e. Pasar bebas ASEAN (MEA) merupakan peluang bagi IKM dan UMKM untuk memperluas pasar,

- f. Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja IKM dan UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan,
- g. Biaya promosi melalui media digital lebih murah daripada secara tradisional (offline).
- h. Aplikasi digital yang memudahkan pengelolaan manajemen keuangan usaha.
- i. Wadah literasi digital yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digitalisasi bisnis

**Ancaman:**

- a. Banyak IKM dan UMKM asing sebagai pesaing yang sudah menerapkan digitalisasi bisnis,
- b. Banyak pemain bisnis dalam market e-commerce,
- c. Konsumen memiliki kemudahan dalam berpindah (sekali klik) ke pesaing,
- d. Banyak konsumen yang mempertimbangkan keamanan dalam bertransaksi online,
- e. Mayoritas pelaku IKM dan UMKM tidak memperoleh dana pinjaman sehingga sulit mengembangkan usahanya karena permodalan terbatas,
- f. Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping,
- g. Ketersediaan akses internet belum menjangkau semua pelaku IKM dan UMKM serta semua lapisan masyarakat.

**Tabel 7.1. Analisis SWOT Penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta**

	<b>Opportunities - Peluang</b>	<b>Threats - Ancaman</b>
	<p>a. Peningkatan penjualan dan pendapatan IKM dan UMKM yang menggunakan teknologi digital,</p> <p>b. Perkembangan teknologi digital meningkatkan akses ke pelanggan baru, baik dalam negeri maupun luar negeri,</p> <p>c. Kemudahan dalam mengakses pasar digital,</p> <p>d. Konsumen pengguna produk IKM dan UMKM lebih menyukai transaksi online,</p> <p>e. Pasar bebas ASEAN (MEA) merupakan peluang bagi IKM dan UMKM untuk memperluas pasar,</p> <p>f. Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja IKM dan UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan,</p> <p>g. Biaya promosi melalui media digital lebih murah daripada secara tradisional (offline).</p> <p>h. Aplikasi digital yang memudahkan pengelolaan manajemen keuangan usaha.</p> <p>i. Wadah literasi digital yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digitalisasi bisnis</p>	<p>a. Banyak IKM dan UMKM asing sebagai pesaing yang sudah menerapkan digitalisasi bisnis,</p> <p>b. Banyak pemain bisnis dalam market e-commerce,</p> <p>c. Konsumen memiliki kemudahan dalam berpindah (sekali klik) ke pesaing,</p> <p>d. Banyak konsumen yang mempertimbangkan keamanan dalam bertransaksi online,</p> <p>e. Mayoritas pelaku IKM dan UMKM tidak memperoleh dana pinjaman sehingga sulit mengembangkan usahanya karena permodalan terbatas,</p> <p>f. Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping,</p> <p>g. Ketersediaan akses internet belum menjangkau semua pulau IKM dan UMKM serta semua lapisan masyarakat.</p>
<b>Strengths - Kekuatan:</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi ST</b>
<p>a. IKM dan UMKM mampu beradaptasi dengan cepat atas perubahan lingkungan,</p> <p>b. Banyak IKM dan UMKM yang telah menggunakan teknologi digital dalam bisnisnya,</p> <p>c. Penggunaan teknologi digital menjadikan IKM dan UMKM lebih</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan pangsa pasar nasional dan internasional</li> <li>▪ Menambah unit produksi dan meningkatkan kualitas produk</li> <li>▪ Meningkatkan kualitas marketing online.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, dan menciptakan harga yang bersaing</li> <li>▪ Melakukan inovasi untuk meningkatkan value prepotitions bagi produk UMKM, agar tetap bisa</li> </ul>

- kompetitif,
- d. Banyak fasilitas yang dapat diberikan terkait dengan digitalisasi,
  - e. IKM dan UMKM digital dapat memperluas jangkauan konsumen secara nasional dan bahkan global,
  - f. IKM dan UMKM digital dapat memperkirakan jumlah dan spesifikasi jangkauan calon konsumen / pelanggan,
  - g. Banyak layanan e-commerce bagi IKM dan UMKM yang telah dilengkapai dengan layanan payment solution.
  - h. Terdapat banyak kluster, sentra, komunitas, paguyuban dan koperasi yang bertujuan untuk bersama-sama mengembangkan usaha IKM dan UMKM.

bersaing baik di pasar dalam negeri maupun Luar Negeri

- Meningkatkan ketrampilan di bidang teknologi digital

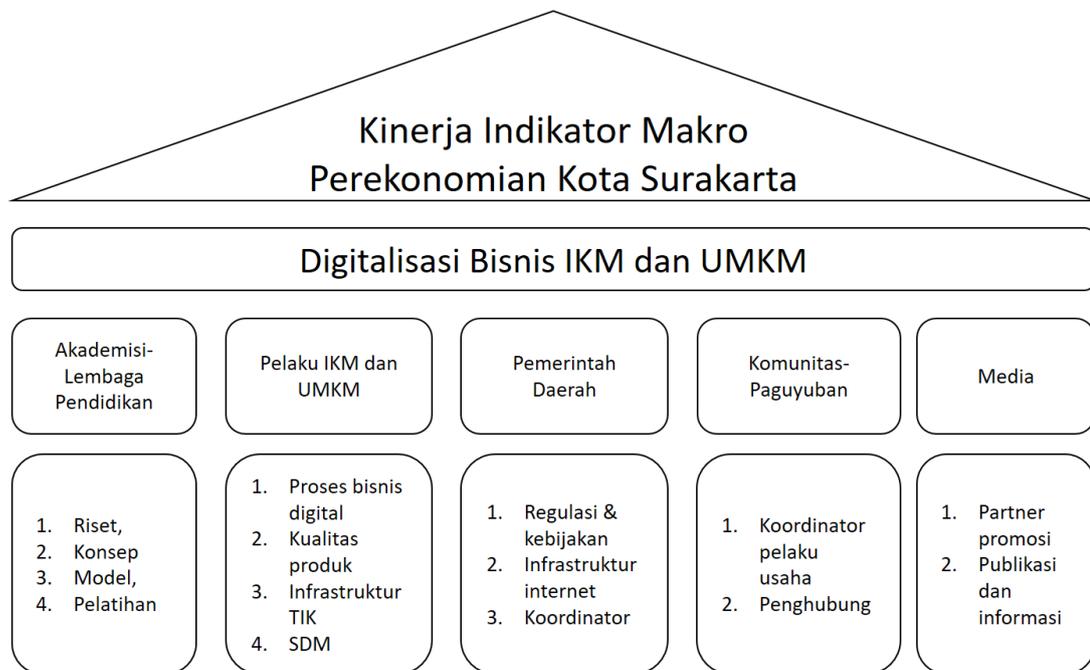
<b>Weaknesses - Kelemahan</b>	<b>Strategi WO</b>	<b>Strategi WT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM dan tenaga kerja yang memiliki keterbatasan dalam pengetahuan internet dan pemasaran digital,</li> <li>b. Masih banyak pelau usaha IKM dan UMKM dan tenaga kerja yang belum terampil dalam bidang internet dan marketing digital,</li> <li>c. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM yang memiliki akses internet terbatas,</li> <li>d. Masih banyak pelaku usaha IKM dan UMKM yang belum digital-literate,</li> <li>e. Pemberdayaan IKM dan UMKM masih dilakukan secara parsial,</li> <li>f. IKM dan UMKM digital belum berjalan maksimal sesuai dengan yang telah direncanakan baik dalam penyediaan sarana dan prasarana maupun dalam kerja sama dengan pihak lain dalam konsep Penta Helix,</li> <li>g. Jumlah akses point wifi, id, sebagai alternatif pengganti masih perlu diperbanyak.</li> <li>h. Regenerasi dalam keberlanjutan bisnis,</li> <li>i. Migrasi model bisnis dari tradisional ke modern,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pelatihan bagi SDM pelaku IKM dan UMKM tentang pengelolaan bisnis berbasis teknologi digital</li> <li>▪ Pemberdayaan Bisnis IKM dan UMKM.</li> <li>▪ Penguatan kelembagaan pentahelik dalam pengembangan IKM dan UMKM</li> <li>▪ Fasilitas internet bagi IKM, UMKM dan masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meningkatkan knowledge SDM IKM dan UMKM baik di bidang produksi, keuangan, SDM, dan pemasaran</li> <li>▪ Memotivasi pelaku IKM dan UMKM untuk terus mengembangkan usahanya (naik kelas)</li> </ul>

**Berdasarkan analisis SWOT di atas, dirumuskan Strategi Penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta sebagai berikut.**

1. Meningkatkan pangsa pasar nasional dan internasional,
2. Menambah unit produksi dan meningkatkan kualitas produk.
3. Meningkatkan kualitas marketing online,
2. Pelatihan bagi SDM pelaku IKM dan UMKM tentang pengelolaan bisnis berbasis teknologi digital,
3. Pemberdayaan Bisnis IKM dan UMKM.
4. Penguatan kelembagaan pentahelik dalam pengembangan IKM dan UMKM,
5. Fasilitasi internet bagi pelaku IKM dan UMKM, serta masyarakat Kota Surakarta,
6. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, dan menciptakan harga yang bersaing,
7. Melakukan inovasi untuk meningkatkan value prepotitions bagi produk UMKM, agar tetap bisa bersaing baik di pasar dalam negeri maupun Luar Negeri,
8. Meningkatkan ketrampilan tenaga kerja di bidang teknologi digital,
9. Terbentuknya “admin bersama” sebagai fasilitasi penjualan produk IKM dan UMKM melalui marketplace,
10. Peningkatan jumlah IKM dan UMKM yang bergabung pada e-katalog produk unggulan daerah,
11. Peningkatan jumlah etalase showroom produk IKM dan UMKM,
12. Terbentuknya investment corner berbasis digital yang memudahkan IKM dan UMKM mulai dari kesiapan pengajuan perijinan, akses pendanaan atau investasi, akses showroom produk terpusat,
13. Terbentuknya ekosistem bisnis digital yang saling menguatkan dan meningkatkan pengembangan binis digital,
14. Meningkatkan knowledge SDM pelaku IKM dan UMKM baik di bidang produksi, keuangan, SDM, dan pemasaran, dan
15. Memotivasi pelaku IKM dan UMKM untuk terus mengembangkan usahanya (naik kelas).

### C. Model Penguatan Kapasitas kelembagaan Digitalisasi IKM dan UMKM

Kolaborasi dan kemitraan yang dijalankan dalam pengembangan IKM dan UMKM di Kota Surakarta disebut dengan model Penta Helix. Terdapat lima aktor utama yang berkolaborasi pada model ini, yaitu akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah daerah dan media. Model Penta Helix ini merupakan model pengembangan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta melalui kolaborasi dan kemitraan antara 5 aktor yang memiliki peran berbeda. Kunci utama kesuksesan model ini adalah adanya sinergi dan komitmen yang kuat antar pemangku kepentingan dalam menjalankan kolaborasi pengembangan digitalisasi IKM dan UMKM.



Gambar 7.1.

#### Model Penguatan kelembagaan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

Dalam model Penta Helix digitalisasi IKM dan UMKM ini, peran akademisi (perguruan tinggi) sebagai konseptor dengan melakukan standarisasi proses bisnis dan pengembangan produk serta peningkatan SDM pelaku IKM dan UMKM. Pelaku bisnis berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur TIK, dengan mendukung perubahan pada sumber daya manusia, proses bisnis dan produk yang dihasilkan ke era digital. Komunitas berperan sebagai akselerator sebagai sarana

untuk memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital dan sebagai penghubung antar pemangku kepentingan. Pemerintah daerah berperan sebagai regulator yang memiliki regulasi dan mengkoordinasi seluruh pemangku kepentingan. Media berperan expander untuk mendukung publikasi dalam promosi dan informasi.

Sinergitas para stakeholder memegang peranan kunci dalam memajukan digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta. Kemampuan bersaing IKM dan UMKM Kota Surakarta dalam pasar digital tidak bisa dijalankan secara terpisah oleh kelima aspek itu. Kelima stakeholders tersebut merupakan faktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya IKM dan UMKM yang berdaya saing tinggi menghadapi era digital. Hubungan yang erat, saling menunjang, dan bersimbiosis mutualisme antara kelima faktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model sebagai berikut:

a. Akademisi.

Akademisi pada model Penta Helix ini berperan sebagai konseptor. Mereka melakukan standarisasi proses bisnis, kualitas produk dan pengembangan ketrampilan SDM pelaku IKM dan UMKM. Akademisi merupakan sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan bisnis yang dikembangkan pelaku IKM dan UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Akademisi berperan berbagi ilmu pengetahuan dan ketrampilan terhadap pelaku IKM dan UMKM di Kota Surakarta.

b. Pelaku Bisnis.

Pelaku Bisnis dilakukan oleh pelaku IKM dan UMKM pada model Penta Helix berperan sebagai enabler. Pelaku IKM dan UMKM merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Pelaku IKM dan UMKM berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur TIK, dengan mendukung perubahan pada SDM, proses bisnis dan produk yang dihasilkan ke era digital. Perubahan ke era digital membantu para pelaku IKM dan UMKM Kota Surakarta menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif.

Para pelaku IKM dan UMKM berperan aktif dalam menjalankan peran dengan baik dalam mengembangkan usahanya di era digital ini. Aktor yang mewakili

pelaku bisnis menjalankan peran sebagai enabler dengan mendukung para pelaku IKM dan UMKM satu dengan lainnya. Peran tersebut dilakukan melalui bantuan modal, meningkatkan kemampuan SDM melalui pelatihan guna mendukung perubahan proses bisnis ke era digital, menghadirkan infrastruktur TIK, dan menggandeng para pelaku usaha untuk mengikuti pameran.

c. Comunitieus (komunitas)

Komunitas pada model Penta Helix berperan sebagai akselerator. Komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang berkembang. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu IKM dan UMKM dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital Komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan IKM dan UMKM. Dalam program pengembangan IKM dan UMKM, komunitas memiliki peran sebagai komunitas yang menaungi IKM dan UMKM. Komunitas yang mendukung pengembangan IKM dan UMKM di Kota Surakarta antara lain (1) Forum Kampoeng Batik Laweyan (Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan), (2) Paguyuban kampung wisata batik kauman, (3) Paguyuban IKM Semanggi Harmoni, (4) Paguyuban Sentra Sangkar Burung Mandiri Maju Jaya, (6) Paguyuban Sentra Mebel Mentari, (7) Paguyuban Sentra Letter, (8) Paguyuban Sentra Tahu Tempe Solo Tenggara, (8) Paguyuban Sentra Kampung Permata Jayengan, (9) Paguyuban Sentra Blangkon, (10) Kamar Dagang dan Industry Indonesia (Kadin), (11) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) dan lain-lain.

d. Government (Pemerintah Daerah)

Pemerintah Kota Surakarta pada model Penta Helix ini berperan sebagai regulator. Pemerintah daerah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan IKM dan UMKM di Kota Surakarta. Dalam program pengembangan UMKM yang memiliki peran sebagai pemerintah adalah Badan Penelitian dan Pengembangan, BAPPEDA, Dinas Tenaga Kerja, Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian, Dinas

Perdagangan, Solo Technopark, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, DPMPTSP, Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian, Dinas Pertanian dan Ketahanan pangan, Balitbangda, BLUD Solo Technopark, FEDEP dan lainnya. Regulasi yang ditetapkan pemerintah Kota Surakarta harus mengakomodir kebutuhan para pelaku IKM dan UMKM. Regulasi berfungsi sebagai payung hukum kebijakan dalam pengembangan IKM dan UMKM. Melalui regulasi yang legal sesuai dengan ketentuan kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka kegiatan ekonomi dan bisnis yang dilakukan oleh para IKM dan UMKM akan berjalan secara optimal untuk keberlangsungan IKM dan UMKM. Pemerintah melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ikut berkontribusi dalam mengembangkan IKM dan UMKM dalam hal membantu / mempermudah perizinan yang dibantu oleh staff secara langsung tanpa biaya. Selain itu, Pemerintah melalui Dinas Perdagangan, Dinas Tenaga Kerja, Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian juga mengajak beberapa pelaku UMKM untuk studi banding, mengikuti pameran, dan pelatihan desain dan produksi.

e. Media

Media pada model Penta Helix ini berperan sebagai expender. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image. Dalam program pengembangan digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta mendukung peran media melalui website sebagai media untuk promosi dan informasi. Peran media dalam program pengembangan IKM dan UMKM dalam website Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian memuat informasi tentang program pengembangan UMKM, berita-berita tentang UMKM, dan produk yang dijual seperti fashion, kuliner (minuman/makanan) kesehatan, dan dan lainnya. Produk yang dimuat dalam website para pelaku UMKM atau media sosial seperti whatsapp, facebook dan instagram disertakan dengan harga.

Terkait dengan peran media, memang cukup banyak media massa di Kota Surakarta, semoga kedepan banyak media yang menjadi media partner pemerintah untuk mengembangkan IKM dan UMKM. Media massa hanya dilibatkan sebagai pihak penyalur informasi kepada masyarakat ketika ada penyelenggaraan suatu acara. Pemerintah belum menjadikan media sebagai

stakeholder utama dalam mengembangkan IKM dan UMKM. Pemerintah memandang keterlibatan media terjadi secara otomatis ketika ada suatu acara, karena media memang membutuhkan konten informasi yang akan disebarluaskan kepada masyarakat. Padahal hubungan antara media dan keempat aktor lainnya terutama pemerintah dapat membentuk sebuah sinergi yang saling menguntungkan. Peran media sebagai expander dalam program pengembangan IKM dan UMKM. Melalui website atau media seperti Whatsapp, Facebook, instagram dan lain - lain kegiatan promosi bisa berjalan dengan baik karena website dan beberapa media lainnya sangat mempengaruhi produk-produk yang diunggah untuk dijual dan pelanggan/konsumen lebih praktis mengetahui suatu produk serta praktis dan juga lebih diketahui oleh para konsumen keberadaan produsen dalam hal ini penjual.

#### **D. Roadmap Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta.**

Peta Jalan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta 2024-2028 dinyatakan Indikator transformasi Digital IKM dan UMKM yang dapat dilihat dari adanya **Infrastruktur Digital, Pemerintahan Digital, Bisnis Digital** dan **Masyarakat Digital**. Bisnis Digital adalah seluruh kegiatan bisnis IKM dan UMKM Kota Surakarta yang menggunakan bantuan teknologi internet yang diharapkan mampu mensinergikan berbagai proses bisnis dan berbagai stakeholder di dalam kerja sama kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, komunitas dan media. Untuk itu diperlukan sinergi program mendukung transformasi digital pada IKM dan UMKM, melalui:

1. Digitalisasi bisnis IKM dan UMKM pada sector unggulan: fashion-batik, kerajinan dan kuliner.
2. Fasilitasi meningkatkan UMKM dengan teknologi digital,
3. Penciptaan startup digital aktif,
4. Penyediaan teknologi pengendalian konten bisnis di internet.
5. Pembangunan ekosistem digitalisasi bisnis,

Strategi digitalisasi IKM dan UMKM bertujuan untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi daerah Kota Surakarta yang berkelanjutan dengan optimalisasi digitalisasi IKM dan UMKM pada sektor unggulan daerah. Kerangka

strategi digitalisasi IKM dan UMKM ini didukung oleh 4 pilar utama yang dipetakan sesuai dengan program-program unggulan pemerintah.

1. Pengembangan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan teknologi dan internet, baik pelaku usaha, tenaga kerja dan calon keduanya.
2. Fasilitasi Infrastruktur fisik dan digital untuk meningkatkan arus ekonomi dan bisnis serta menciptakan peluang kerja di sektor tersebut.
3. Penyederhanaan berbagai birokrasi melalui kebijakan, aturan dan standar yang mendukung kelancaran inovasi digital.
4. Research dan inovasi digital yang diperlukan untuk menghasilkan nilai tambah industri dan mengurangi ketergantungan sumber daya alam serta mendorong transformasi ekonomi.

## E. Rencana Aksi Penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

Tabel 7.2. Matrik Rencana Aksi penguatan Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta

No	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan	Rencana Aksi	Indikator	OPD	Tahun ke-				
							1	2	3	4	5
1.	PROGRAM PELATIHAN KERJA DAN PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA	Pelaksanaan Pelatihan berdasarkan Unit Kompetensi	Proses Pelaksanaan Pendidikan dan Pelatihan Keterampilan bagi Pencari Kerja berdasarkan Klaster Kompetensi	Pelatihan ketrampilan kerja bagi pencari kerja dan tenaga kerja	Jumlah Tenaga Kerja yang Mendapat Pelatihan Berbasis Kompetensi pada Tahun	Dinas Tenaga Kerja	√	√	√	√	√
2.	PROGRAM PEMBERDAYAAN USAHA MENENGAH, USAHA KECIL, DAN USAHA MIKRO (UMKM)	Pemberdayaan Usaha Mikro yang Dilakukan melalui Pendataan, Kemitraan, Kemudahan Perizinan, Penguatan Kelembagaan dan Koordinasi dengan Para Pemangku Kepentingan	Pemberdayaan melalui Kemitraan Usaha Mikro	Kemitraan Usaha Mikro dengan skala usaha di atasnya	Jumlah Unit Usaha yang Telah Melaksanakan Kemitraan Usaha Mikro	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian	√	√	√	√	√
3.			Fasilitasi Kemudahan Perizinan Usaha Mikro	Fasilitasi Perizinan Usaha Mikro	Jumlah Usaha Mikro yang Telah Mendapatkan Perizinan	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian		√			
4.			Pemberdayaan Kelembagaan Potensi dan Pengembangan Usaha Mikro	Pemberdayaan Kelembagaan dan Pengembangan Usaha Mikro	Jumlah Unit Usaha yang Telah Menerima Pembinaan dan Pendampingan Terhadap Usaha Mikro	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian	√	√	√	√	√
5.			Koordinasi dan Sinkronisasi dengan Para Pemangku Kepentingan dalam Pemberdayaan Usaha Mikro	Koordinasi dan Sinkronisasi dengan Para Pemangku Kepentingan dalam Pemberdayaan Usaha Mikro	Jumlah SDM yang Melakukan Koordinasi dan Sinkronisasi dengan Para Pemangku Kepentingan dalam Pemberdayaan Usaha Mikro	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian			√		
6.			Peningkatan Pemahaman dan Pengetahuan Usaha Mikro serta Kapasitas dan Kompetensi SDM Usaha Mikro dan Kewirausahaan	Pelatihan peningkatan Kapasitas dan Kompetensi SDM Usaha Mikro dan Kewirausahaan	Jumlah SDM yang Memahami Pengetahuan Usaha Mikro dan Kewirausahaan	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian	√	√	√	√	√

No	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan	Rencana Aksi	Indikator	OPD	Tahun ke-				
							1	2	3	4	5
7.	PROGRAM PENGEMBANGAN UMKM	Pengembangan Usaha Mikro dengan Orientasi Peningkatan Skala Usaha Menjadi Usaha Kecil	Fasilitasi Usaha Mikro Menjadi Usaha Kecil dalam Pengembangan Produksi dan Pengolahan, Pemasaran, SDM, serta Desain dan Teknologi	Pendampingan Usaha Kecil dalam Pengembangan Produksi dan Pengolahan, Pemasaran, SDM, serta Desain berbasis Teknologi digital	Jumlah Unit Usaha Mikro yang Terfasilitasi dalam Pengembangan Produksi dan Pengolahan, Pemasaran, SDM, serta Desain dan Teknologi	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian	√	√	√	√	√
8.	PROGRAM PENGGUNAAN DAN PEMASARAN PRODUK DALAM NEGERI	Pelaksanaan Promosi, Pemasaran dan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri	Pelaksanaan Promosi Penggunaan Produk Dalam Negeri di Tingkat Kabupaten/Kota	Promosi Penggunaan Produk Dalam Negeri di Tingkat Kota Surakarta	Jumlah UMKM yang Promosi Penggunaan Produk Dalam Negeri di Tingkat Kabupaten/Kota	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√
9.			Pemasaran dan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri di Tingkat Kabupaten/Kota	Pameran Produk Dalam Negeri di Tingkat Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM yang Melakukan Pemasaran Produk Dalam Negeri Melalui Kemitraan dengan Retail, Marketplace, Perhotelan dan Jasa Akomodasi	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√
10.			Peningkatan Sistem dan Jaringan Informasi Perdagangan	Penyusunan Sistem dan Jaringan Informasi Perdagangan	Jumlah Data dan Informasi Sistem dan Jaringan Informasi Perdagangan	Dinas Perdagangan	√		√		√
11.			Peningkatan jumlah IKM dan UMKM yang bergabung pada e-katalog produk unggulan daerah,	jumlah IKM dan UMKM yang bergabung pada e-katalog produk unggulan daerah,	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√	
12.			Peningkatan jumlah etalase showroom produk IKM dan UMKM,	jumlah etalase showroom produk IKM dan UMKM,	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√	
13.	PROGRAM PENGEMBANGAN EKSPOR	Penyelenggaraan Promosi Dagang melalui Pameran Dagang dan Misi Dagang bagi Produk	Pembinaan dan Pengembangan Usaha Produk Ekspor Unggulan Kabupaten/Kota	Pendampingan Usaha Produk Ekspor Unggulan Kabupaten/Kota	Jumlah Pelaku Usaha Produk Ekspor Unggulan yang Dibina	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√
14.			Pameran Dagang	Pameran Dagang	Jumlah Pelaku Usaha yang	Dinas	√	√	√	√	√

No	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan	Rencana Aksi	Indikator	OPD	Tahun ke-				
							1	2	3	4	5
		Ekspor Unggulan yang terdapat pada 1 (satu) Daerah Kabupaten/Kota	Nasional	Nasional	Difasilitasi dalam Pameran Dagang	Perdagangan					
15.			Pameran Dagang lokal	Pameran Dagang lokal	Jumlah Pelaku Usaha yang difasilitasi dalam Pameran Dagang lokal	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√
16.			Peningkatan Citra Produk Ekspor	Promosi Produk Ekspor	Jumlah Produk Unggulan Ekspor Daerah yang Disusun Menjadi Materi Promosi	Dinas Perdagangan	√	√	√	√	√
17.	PROGRAM PENGENDALIAN IZIN USAHA INDUSTRI KABUPATEN/KOTA	Penerbitan Izin Usaha Industri (IUI), Izin Perluasan Usaha Industri (IPIU), Izin Usaha Kawasan Industri (IUKI) dan Izin Perluasan Kawasan Industri (IPKI) Kewenangan Kabupaten/Kota	Fasilitasi Pemenuhan Komitmen perolehan IUI, IPIU, IUKI dan IPKI Kewenangan Kabupaten/Kota dalam Sistem Informasi Industri Nasional (SIINas) yang Terintegrasi dengan Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik	Fasilitasi perolehan IUI, IPIU, IUKI dan IPKI Kewenangan Kota dalam Sistem Informasi Industri Nasional (SIINas) yang Terintegrasi dengan Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik	Jumlah Dokumen Hasil Fasilitasi Verifikasi Teknis Pemenuhan Kesesuaian Persyaratan Teknis Perizinan Berusaha Sektor Industri dan/atau dalam rangka Perluasan Usaha untuk Bidang Usaha dengan Risiko Usaha Menengah- Tinggi dan Tinggi, Melalui SIINas yang Terintegrasi dengan Sistem OSS	Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian		√		√	
18.	PROGRAM PENGEMBANGAN SUMBER DAYA PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF	Pelaksanaan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar	Pengembangan Kompetensi SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar	Pelatihan Kompetensi SDM Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar	Jumlah SDM Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar yang Dikembangkan Kompetensinya	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata	√	√	√	√	√
19.		Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar	Fasilitasi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif	Fasilitasi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif	Jumlah SDM Ekonomi Kreatif yang Mengikuti Fasilitasi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata	√		√		√
20.		Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif	Pelatihan, Bimbingan Teknis, dan Pendampingan Ekonomi Kreatif	Bimbingan Teknis dan Pendampingan Ekonomi Kreatif	Jumlah Orang yang Mengikuti Pelatihan, Bimbingan Teknis, dan Pendampingan Ekonomi Kreatif	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata	√	√	√	√	√

No	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan	Rencana Aksi	Indikator	OPD	Tahun ke-				
							1	2	3	4	5
21.			Dukungan Fasilitasi Menghadapi Perkembangan Teknologi di Dunia Usaha	Fasilitasi pelaku UKM ekonomi kreatif menghadapi perkembangan Teknologi	Jumlah Laporan Hasil Dukungan Fasilitasi Menghadapi Perkembangan Teknologi di Dunia Usaha	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata		√		√	√
22.	PROGRAM PELAYANAN PENANAMAN MODAL	Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan secara Terpadu Satu Pintu dibidang Penanaman Modal yang menjadi Kewenangan Daerah Kabupaten/ Kota	Penyediaan Pelayanan Terpadu Perizinan dan Nonperizinan berbasis Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik	Pelayanan Terpadu Perizinan dan Non Perizinan Berbasis Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik bagi Pelaku usaha	Jumlah Pelaku Usaha yang Mendapatkan Pelayanan Terpadu Perizinan dan Non Perizinan Berbasis Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik	DPMPTSP	√	√	√	√	√
23.				Pembentukan investment corner berbasis digital yang memudahkan IKM dan UMKM mulai dari kesiapan pengajuan perijinan, akses pendanaan atau investasi, akses showroom produk terpusat,	Penyediaan investment corner berbasis digital yang memudahkan IKM dan UMKM mulai dari kesiapan pengajuan perijinan, akses pendanaan atau investasi, akses showroom produk terpusat	DPMPTSP	√	√	√	√	√
24.				Pendirian ekosistem bisnis digital yang saling menguatkan dan meningkatkan pengembangan bisnis digital,	Penyediaan ekosistem bisnis digital yang saling menguatkan dan meningkatkan pengembangan bisnis digital,	DPMPTSP	√	√	√	√	√
25.	Program Penelitian dan	Pengembangan inovasi dan teknologi	Penelitian pengembangan dan perekayasaan di bid	Pendampingan digitalisasi IKM dan	Jumlah IKM dan UMKM yang melakukan digitalisasi	Solo Technopark	√	√	√	√	√

No	Program	Kegiatan	Sub Kegiatan	Rencana Aksi	Indikator	OPD	Tahun ke-						
							1	2	3	4	5		
26.	pengembangan Daerah		tekno inovasi	UMKM									
				Inkubasi Bisnis IKM dan UMKM bidang teknologi	Jumlah IKM dan UMKM baru yang melakukan bisnis berbasis digital	Solo Technopark	√	√	√	√	√		
				Penyediaan internet gratis di sentra IKM dan UMKM	Penyediaan IKM dan UMKM yang memiliki akses internet gratis	Solo Technopark	√	√	√	√	√		
			28.	Penelitian dan Pengembangan Bidang Ekonomi dan Pembangunan	Penelitian dan Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Pemetaan atau assessment digitalisasi IKM dan UMKM,	Dokumen Hasil penelitian dan Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Balitbangda	√	√	√	√	√
						Pengukuran tingkat keberhasilan digitalisasi IKM dan UMKM terhadap kinerja perekonomian daerah	Dokumen Hasil penelitian dan Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Balitbangda	√	√	√	√	√
						Penyusunan masterplan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta	Dokumen Hasil penelitian dan Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Balitbangda	√				
30.			Penyusunan manual book digitalisasi IKM dan UMKM	Dokumen Hasil penelitian dan Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Balitbangda	√							
31.													

## BAB VIII PENUTUP

### A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kota Surakarta memiliki 4 (empat) sektor unggulan, yaitu (1) Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, (2) Penyediaan akomodasi dan makan minum, (3) Real Estate, dan (4) Jasa Pendidikan.
2. IKM dan UMKM di Kota Surakarta Sebagian besar berada pada lapangan usaha (1) industri pengolahan, (2) perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, dan (3) penyediaan akomodasi dan makan minum.
3. Kota Surakarta memiliki IKM sebanyak 1.413-unit usaha dan memiliki UMKM sebanyak 11.157-unit usaha.
4. IKM di Kota Surakarta paling banyak berada di kecamatan Jebres, yaitu sebanyak 378-unit usaha (26,71%), dan 3 jenis IKM terbanyak, yaitu (1) kuliner 44,52%, (2) Fesyen 16,91%, (3) kriya (7,08%)
5. Secara umum IKM di Kota Surakarta telah melakukan adopsi teknologi digital, baik pada aspek pemasaran, operasional dan keuangan. Ukuran IKM memiliki perbedaan dalam adopsi teknologi digital. IKM yang menggunakan dompet digital sebanyak 33,87%, melakukan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sebanyak 6,45%, melakukan proses produksi menggunakan teknologi semi otomatis sebanyak 3,23%, membuat desain kemasan secara mandiri sebanyak 48,39%, menggunakan aplikasi transportasi digital sebanyak 35,48%, menggunakan mobile payment sebanyak 59,68%, melakukan penjualan secara online sebanyak 24,19%, memanfaatkan instagram dalam usahanya sebanyak 51,61%, memanfaatkan marketplace sebanyak 72,58%, dan telah menggunakan youtube untuk mendukung usahanya sebanyak 9,68%.
6. UMKM di Kota Surakarta paling banyak berada di Kecamatan Pasar Kliwon sebanyak 3.211-unit (27,11%); Pelaku UMKM didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 7.888 orang (66,56%) dan 72,29% bergerak di perdagangan.

7. Secara umum UMKM di Kota Surakarta telah melakukan adopsi teknologi digital, baik pada aspek pemasaran, operasional dan keuangan. Ukuran UMKM memiliki perbedaan dalam adopsi teknologi digital. UMKM yang menggunakan metode transfer bank dan dompet digital sebanyak 26,09%, melakukan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sebanyak 7,25%, dalam melakukan produksi menggunakan mesin sebesar 14,13%, membuat desain kemasan secara mandiri sebanyak 43,48%, menggunakan aplikasi transportasi digital sebanyak 79,17%, menggunakan mobile payment sebanyak 56,52%, dan memanfaatkan marketplace sebanyak 34,78%.
8. IKM dan UMKM di Kota Surakarta memiliki potensi yang besar untuk mendukung pembangunan ekonomi daerah, baik untuk pencapaian pertumbuhan ekonomi, penyediaan lapangan kerja dan juga untuk penanganan kemiskinan.
9. IKM dan UMKM di Kota Surakarta memiliki beberapa permasalahan utama dalam menjaga produktivitas dan keberlanjutan bisnis, seperti masalah kelembagaan, rantai pasok, operasional, permodalan, pengelolaan keuangan, ketrampilan pengusaha dan tenaga kerja dalam adopsi teknologi digital, dan penjualan.
10. Karakteristik profil pelaku usaha menjadi tantangan dalam optimalisasi digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta. Faktor usia dan kelompok generasi berdampak pada penguasaan pengetahuan dan ketrampilan digitalisasi bisnis.

## **B. REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan disampaikan beberapa rekomendasi penguatan digitalisasi IKM dan UMKM sebagai berikut.

1. Kampanye “bangga pakai produk local Kota Solo” sebagai upaya untuk meningkatkan penguatan pasar dalam negeri, meningkatkan peluang meluasnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, serta menjamin pendapatan bagi pekerja lokal,

2. Penguatan merek Kota Solo sebagai “Solo the spirit of Java” melalui berbagai festival seni budaya masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk IKM dan UMKM Kota Surakarta,
3. Penguatan rantai pasok bisnis produk unggulan Kota Surakarta untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas IKM dan UMKM,
4. Penguatan digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta, baik aspek operasional, keuangan, SDM dan pemasaran.
5. Memperbanyak startup berbasis teknologi yang dihasilkan berbagai lembaga inkubasi (Solo Technopark dan Perguruan Tinggi)
6. Penguatan kelembagaan digitalisasi IKM dan UMKM oleh pemerintah, seperti aspek regulasi, dan system bisnis digital.
7. Penyediaan infrastruktur digital (free wifi) di klaster atau sentra IKM dan UMKM, serta pusat pusat bisnis,
8. Mendorong inovasi bisnis digital bagi IKM dan UMKM, dan
9. Mendorong IKM dan UMKM naik kelas dan go-ekspor.
10. Perlu adanya single definition mengenai IKM dan UMKM.
11. Penyusunan single data mengenai IKM dan UMKM Kota Surakarta yang bisa diakses secara digital oleh seluruh stakeholder.
12. Penetapan produk unggulan Kota Surakarta sebagai program prioritas pengembangan digitalisasi IKM dan UMKM.
13. Perlu adanya standar assessment atau kriteria atau kondisi eksisting dari IKM dan UMKM yang akan didampingi. Sehingga kegiatan pendampingan dapat dilakukan secara bertahap, berantai namun dibawah satu coordinator serta didasarkan pada satu data yang sama, terpusat dan terbaru.

No.	Pentahelix	Program - Kegiatan
1	Pelaku IKM dan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peningkatan pangsa pasar produk IKM dan UMKM melalui pemasaran digital,</li> <li>▪ Adopsi teknologi untuk peningkatan kualitas dan kuantitas produk,</li> <li>▪ Melakukan inovasi untuk meningkatkan value prepotitions bagi produk UMKM untuk memangkan persaingan di pasar dalam negeri maupun Luar Negeri,</li> <li>▪ Penerapan teknologi digital dalam bidang operasional,</li> </ul>

		<p>keuangan dan pemasaran produk,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peningkatan ketrampilan tenaga kerja di bidang teknologi digital,</li> </ul>
2	Lembaga Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kajian model pengembangan bisnis berbasis teknologi,</li> <li>▪ Pelatihan pengelolaan bisnis berbasis teknologi digital bagi pelaku IKM dan UMKM di bidang produksi, keuangan, SDM, dan pemasaran,</li> <li>▪ Inkubasi bisnis untuk para start up,</li> <li>▪ Pendampingan bisnis IKM dan UMKM dalam adopsi teknologi.</li> </ul>
3	Pemerintah Daerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pelatihan ketrampilan kerja bagi pencari kerja dan tenaga kerja,</li> <li>▪ Kemitraan Usaha Mikro dengan skala usaha di atasnya,</li> <li>▪ Fasilitasi Perizinan Usaha Mikro,</li> <li>▪ Pemberdayaan Kelembagaan dan Pengembangan Usaha Mikro,</li> <li>▪ Koordinasi dan Sinkronisasi dengan Para Pemangku Kepentingan (pentaheliks) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro</li> <li>▪ Pelatihan peningkatan Kapasitas dan Kompetensi SDM Usaha Mikro dan Kewirausahaan,</li> <li>▪ Pendampingan Usaha Kecil dalam Pengembangan Produksi dan Pengolahan, Pemasaran, SDM, serta Desain berbasis Teknologi digital,</li> <li>▪ Promosi Penggunaan Produk Dalam Negeri di Tingkat Kota Surakarta,</li> <li>▪ Pameran Produk Dalam Negeri di Tingkat Kabupaten/Kota,</li> <li>▪ Penyusunan Sistem dan Jaringan Informasi Perdagangan</li> <li>▪ Pendampingan Usaha Produk Ekspor Unggulan Kabupaten/Kota,</li> <li>▪ Pameran Dagang, baik lokal, nasional dan internasional,</li> <li>▪ Promosi Produk Ekspor,</li> <li>▪ Fasilitasi perolehan IUI, IPUI, IUKI dan IPKI Kewenangan Kota dalam Sistem Informasi Industri Nasional (SIINas) yang Terintegrasi dengan Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik,</li> <li>▪ Pelatihan Kompetensi SDM Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar,</li> <li>▪ Fasilitasi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif,</li> <li>▪ Bimbingan Teknis dan Pendampingan Ekonomi Kreatif,</li> <li>▪ Fasilitasi pelaku UKM ekonomi kreatif menghadapi Perkembangan Teknologi,</li> <li>▪ Pelayanan Terpadu Perizinan dan Non Perizinan Berbasis</li> </ul>

		<p>Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik bagi Pelaku usaha,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pendampingan digitalisasi IKM dan UMKM,</li> <li>▪ Inkubasi Bisnis IKM dan UMKM bidang teknologi,</li> <li>▪ Penyediaan internet gratis di sentra IKM dan UMKM,</li> <li>▪ Peningkatan jumlah IKM dan UMKM yang bergabung pada e-katalog produk unggulan daerah,</li> <li>▪ Peningkatan jumlah etalase showroom produk IKM dan UMKM,</li> <li>▪ Pembentukan investment corner berbasis digital yang memudahkan IKM dan UMKM mulai dari kesiapan pengajuan perijinan, akses pendanaan atau investasi, akses showroom produk terpusat,</li> <li>▪ Pendirian ekosistem bisnis digital yang saling menguatkan dan meningkatkan pengembangan bisnis digital,</li> <li>▪ Pemetaan atau assessment digitalisasi IKM dan UMKM,</li> <li>▪ Pengukuran tingkat keberhasilan digitalisasi IKM dan UMKM terhadap kinerja perekonomian daerah</li> <li>▪ Penyusunan masterplan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta</li> <li>▪ Penyusunan manual book digitalisasi IKM dan UMKM</li> </ul>
4	Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pembentukan “admin bersama” sebagai fasilitasi penjualan produk IKM dan UMKM melalui marketplace,</li> <li>▪ Penguatan rantai pasok bisnis produk unggulan Kota Surakarta untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas IKM dan UMKM,</li> <li>▪ Penguatan kelembagaan dalam mendorong IKM dan UMKM naik kelas dan go-ekspor</li> </ul>
5	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Publikasi dan informasi tentang produk unggulan Kota Surakarta,</li> <li>▪ Kampaye “bangga pakai produk local Kota Solo” sebagai upaya untuk meningkatkan penguatan pasar dalam negeri, meningkatkan peluang meluasnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, serta menjamin pendapatan bagi pekerja lokal,</li> <li>▪ Penguatan merek Kota Solo sebagai “Solo the spirit of Java” melalui berbagai festival seni budaya masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk IKM dan UMKM Kota Surakarta,</li> </ul>

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, S., & Setyowati, E. (2022). The Effect of Education, Economic Growth, Labor and City Minimum Wages on Poverty in the Ex-Residency of Surakarta in 2017-2021. *Procedia of Social Sciences*. Retrieved from <https://pssh.umsida.ac.id/index.php/pssh/article/view/181>.
- Badan Pusat Statistik (2022) <https://www.bps.go.id/index.php>
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta (2022) <https://surakartakota.bps.go.id/>
- Bank Indonesia. 2016. "Mapping and Strategy for Improving the Competitiveness of MSMEs in Facing the Asean Economy Community (MEA) 2015 and Post MEA 2025 [Pemetaan Dan Strategi Peningkatan Daya Saing usaha mikro dan kecil Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 Dan Pasca MEA 2025]." <https://www.bi.go.id/>.
- Batrancea, L. M. (2022). Determinants of Economic Growth across the European Union: A Panel Data Analysis on Small and Medium Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8). Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.085129223458&doi=10.3390%2fsu14084797&partnerID=40&md5=76e95a7576d32a42ee102f1bab5ffb1a>. doi:10.3390/su14084797
- Boateng, K., Nagaraju, Y., & Sodem, N. 2019. The Contribution of MSMEs to the Growth of the Indian and Global Economy. (4) 254-262.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approach*. Fifth edition. Los Angeles, SAGE.
- Geremewe, Yaregal Tilahun. 2018. "The Role of Micro and Small Enterprises for Poverty Alleviation." *International Journal of Research Studies in Agricultural Sciences* 4 (12): 1–10.
- Harvie, Charles. 2003. "The Contribution of Micro-Enterprises to Economic Recovery and Poverty Alleviation in East Asia." Working Paper 03–07. University of Wollongong.

- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). New York: Pearson Education.
- Hidayati, R., & Rachman, N. M. (2021). Indonesian Government Policy and Smes Business Strategy During the Covid-19 Pandemic. Niagawan. Retrieved from <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view/21813>
- Koshy, Perumal, and V. N. Prasad. 2007. "Small and Micro Enterprises: A Tool in the Fight Against Poverty." Munich Personal RePEc Archive. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/22827/>
- Kowo, Solomon Akpoviroro, Olusegun Adeleke Oba Adenuga, and Olalekan Owotutu Sabitu. 2019. "The Role of Smes Development on Poverty Alleviation in Nigeria." *Insights Into Regional Development* 1 (3): 214–226. doi:10.9770/ird.2019.1.3(3)
- Rotar, Laura Južnik, Roberta Kontošić Pamić, and Štefan Bojnec. 2019. "Contributions of Small and Medium Enterprises to Employment in the European Union Countries." *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* 32 (1): 3302–3314. doi:10.1080/1331677X.2019.1658532
- Sjafrizal. 2017. *iEkonomi Wilayah idan Perkotaan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic development: The Addison-Wesley series in economics*.

**Peraturan :**

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866)

Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 40, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5404)

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah.

Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021, Pasal 35 PP No 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Rpjmd Kota Surakarta Tahun 2021-2026.

Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 050-5889 Tahun 2021 Tentang Hasil Verifikasi, Validasi dan Inventarisasi Pemutakhiran Klasifikasi, Kodefikasi dan Nomenklatur Perencanaan Pembangunan dan Keuangan Daerah



BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH  
KOTA SURAKARTA

Jl. Jenderal Sudirman No.2 Kampung Baru, Pasar Kliwon Surakarta, Jawa Tengah, 57111

Website : [www.litbang.surakarta.go.id](http://www.litbang.surakarta.go.id) | Email : [balitbangddaska@surakarta.go.id](mailto:balitbangddaska@surakarta.go.id); [balitbangdaska@gmail.com](mailto:balitbangdaska@gmail.com)

Telp. (0271) 636 426