



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA

EXECUTIVE SUMMARY

KAJIAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH KOTA SURAKARTA

TAHUN 2023



KAJIAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta bergerak secara fluktuatif dalam 3 tahun terakhir, yaitu Tahun 2019 (5,78%), tahun 2020 (-1,76%), tahun 2021 (4,01%) dan tahun 2022 (6,25%). Sektor perdagangan dan industri pengolahan yang di dalamnya banyak IKM dan UMKM memberikan kontribusi yang tinggi terhadap Pendapatan Daerah Regional Bruto (PDRB). Percepatan pembangunan ekonomi akan optimal jika menekankan pada sektor unggulan daerah, produk unggulan daerah dan nilai tambah ekonomi. Permasalahan produk unggulan daerah terkait dengan perubahan lingkungan yang dinamis dan perkembangan teknologi. IKM dan UMKM di tuntut harus memiliki kemampuan adaptif jika ingin terus bersaing dalam dunia bisnis. Penerapan teknologi melalui digitalisasi dalam semua aspek telah memberikan dampak positif maupun negative bagi perkembangan IKM dan UMKM. 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 pandemic.

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. 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. Perkembangan 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.

Menghadapi kondisi tersebut 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. 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.

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 perlu 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

METODE 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. Objek kajian ini adalah usaha mikro dan kecil di Kota Surakarta. Dalam menentukan objek penelitian menggunakan pedoman populasi. 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).

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. Metode pengumpulan data yang digunakan pada kajian ini adalah metode survey, wawancara dan FGD serta studi dokumen.

SEKTOR UNGGULAN KOTA SURAKARTA

Berdasarkan nilai PDRB, analisis LQ dan *Shift Share* diketahui bahwa sector atau lapangan usaha 1 ketika kontribusi dan pertumbuhan PBRD tinggi, hasil LQ

merupakan Sektor Basis (B) dan nilai *Shift Share*-nya positif. **Lapangan usaha yang masuk kedalam unggulan 1 di Kota Surakarta** adalah yaitu: (1) Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, (2) Penyediaan akomodasi dan makan minum, (3) Real Estate, dan (4) 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. Sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. 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
Jasa Pendidikan	5,16	3.30	+	B	1

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

PROFIL IKM KOTA SURAKARTA

Jumlah **IKM** di Kota Surakarta sebanyak **1.415-unit** usaha yang tersebar di lima kecamatan yaitu Banjarsari, Jebres, Laweyan, Pasar Kliwon, dan Serengan. IKM di Kota Surakarta paling banyak berada di Kecamatan Jebres sebanyak 378-unit usaha, diikuti IKM di Kecamatan Banjarsari sebanyak 364-unit usaha, kemudian Kecamatan Pasar Kliwon sebanyak 270-unit usaha, Kecamatan Laweyan sebanyak 243-unit usaha, dan kecamatan yang memiliki IKM paling sedikit adalah Kecamatan Serengan sebanyak 158-unit. IKM yang paling banyak di Kota Surakarta bergerak pada industri kuliner sebanyak 629 unit usaha, industri lain-lain dan industry fesyen. 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.

Pada aspek produksi, 70,91% atau 1.002 unit IKM menyebutkan biaya bahan baku di bawah 10 juta dan 68,72% atau 971 unit IKM menjelaskan bahwa biaya bahan pembantu dibawah 5 juta. biaya mesin peralatan IKM dibawah 10 juta sebanyak 892-unit atau sebesar 63,13%. Ketersediaan akses IKM kriteria cukup tersedia sebanyak 800-unit usaha atau sebesar 56,62%. Sebanyak 728-unit usaha atau sebesar 51,52% memiliki standar mutu IKM dengan kriteria cukup, Dijelaskan juga 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 17,1%.

Dalam aspek keuangan, dijelaskan bahwa sebanyak 901-unit usaha atau sebesar 63,77% belum ada pemisahan pada pengelolaan keuangan IKM. Permodalan pada IKM di Kota Surakarta sebanyak 826 unit atau 59,16% dibawah 5 juta, rentang 5-25 juta sebanyak 276-unit usaha atau 19,53%. Dijelaskan juga bahwa akses modal IKM di Kota Surakarta sebanyak 932-unit usaha atau sebesar 65,96 bersumber dari pendanaan keluarga, 15,15% bersumber dari pendanaan Bank, 3,54% dari koperasi, dan 2,83% dari Lembaga lain. Omzet penjualan IKM terbanyak di bawah 1 juta/ hari sebanyak 942-unit usaha atau sebesar 66,67.

Dari aspek pemasaran, dijelaskan bahwa 70,06% atau 990 unit IKM cara penjualan dilakukan sendiri, dijual orang lain sebanyak 205-unit usaha atau sebesar

14,51%, franchise 1,42%. Sebanyak 888 atau 62,85% area pemasaran IKM di Kota Surakarta, 12,10% area pemasaran Nasional. Dalam aspek **pemasaran digital**, dijelaskan bahwa IKM di Kota Surakarta yang tidak memiliki pemasaran online sebanyak 576-unit usaha atau sebesar 40,76%. 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.

PROFIL UMKM KOTA SURAKARTA

Usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Surakarta tahun 2022 sebanyak **11.157-unit usaha**, dimana kurang lebih 75 persennya bergerak dibidang perdagangan, diikuti bidang produksi \pm 15% dan jasa \pm 10% yang tersebar pada lima kecamatan di Surakarta. Pada UMKM ini banyak digerakkan oleh pelaku usaha perempuan. UMKM di Kota Surakarta didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebesar 66,40% atau 7.408 usaha dan laki-laki sebesar 33,60% atau 3.749 usaha. Sebaran 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% .

Pelaku UMKM di **Kecamatan Banjarsari** didominasi oleh perempuan sebesar 67,80%, dan laki-laki sebesar 32,20%. UMKM yang bergerak pada sector perdagangan 75,90%, sector produksi 13,89% dan sector jasa 10,21%. **Kecamatan Jebres** didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 69,17% dan Laki-laki 30,83%. UMKM yang bergerak pada sector perdagangan 72,48%, sector produksi 16,63%, dan sector jasa 10,90 %. Pelaku UMKM di **Kecamatan Pasar Kliwon** didominasi oleh perempuan sebesar 62,31%, laki-laki sebesar 37,69%. UMKM di Kecamatan Pasar Kliwon didominasi oleh sector perdagangan sebesar 74,61%. Sector produksi sebesar 16,67%. Sector jasa sebesar 8,72%. UMKM **Kecamatan Laweyan** yang dikelola oleh perempuan sebesar 66,63% dan pelaku UMKM dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 33,37%. UMKM yang bergerak pada sector perdagangan sebanyak 70,47%, sector jasa 12,48%, dan sector produksi sebesar 17,05%. UMKM **Kecamatan Serengan** dengan pengelola perempuan sebesar 66,12%, dan pelaku usaha dengan jenis kelamin laki-laki 33,88%. UMKM yang bergerak pada sector perdagangan sebanyak 59,23%. Kemudian diikuti sector produksi sebanyak 27,82% dan sector jasa sebanyak 12,95%.

DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

1. Profil Digitalisasi IKM Kota Surakarta

Profil digitalisasi berdasarkan hasil survey 62 IKM di Kota Surakarta diuraikan sebagai berikut. Sebesar 56,45% responden IKM Kota Surakarta berjenis kelamin laki-laki dan 43,55% responden berjenis kelamin perempuan. IKM Kota Surakarta paling banyak didominasi pada rentang usia 40-50 tahun, yaitu 33,87% dari total

responden, selanjutnya Rentang usia 50-60 tahun dan Usia 30-40. 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. Berdasarkan tingkat Pendidikan 35,50% lulusan Sekolah Menengah Atas, selebihnya lulusan S1, SMP, dan D3 dan S2. Berdasarkan bentuk badan usaha sebesar 22,58% yang sudah memiliki badan usaha resmi yaitu UD 20,97%, PT 1,61%, sedangkan 77,40% belum memiliki. Berdasarkan lama usaha IKM, 33,87% sudah berdiri 10-20 tahun, 1-10 tahun 29,03%, dan 14,52% 20-30 tahun, selebihnya ada yang lebih dari 50 tahun, namun juga ada yang baru berdiri kurang dari satu tahun. Berdasarkan produk utama jumlah terbanyak adalah industry kuliner atau makanan olahan 40,32%, Industri kayu olahan dan industry tekstil berjumlah sama 19,35%. Sisanya diisi oleh industry hiburan, pengolahan dan peternakan. Berdasarkan Jenis Pencatatan usaha, IKM Kota Surakarta yang belum memiliki P-IRT 88,71% dan sudah memiliki 11,29%. IKM yang memiliki NIB baru 14,52% dan sebagian besar 85,48% belum memiliki. Kepemilikan sertifikat Halal baru 8,06%, 91,94 IKM belum memiliki.

Dalam **aspek pemasaran**, responden 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. 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%. Media sosial yang paling diminati oleh IKM Kota Surakarta yaitu instagram. Terdapat 32 IKM atau 51,61% IKM yang menggunakan instagram sebagai media penjualan produknya. 29,03% belum menggunakan media sosial, yang menggunakan Whatsapp ada 8 IKM atau 12,09% dan 6,45% menggunakan kontak pribadi atau contact person sebagai komunikator. 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%. 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%. 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%.

Dari **aspek Produksi**, IKM kota Surakarta kebutuhan untuk biaya produksi 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%. 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%. 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.

Dari **aspek Keuangan**, sumber pembiayaan usaha IKM Kota Surakarta berasal dari modal sendiri 90,32% dan 9,68% menggunakan biaya hibah atau bantuan. Jenis 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. IKM Kota Surakarta telah banyak yang menggunakan teknologi transaksi pembayaran, sebagian besar menggunakan metode transfer antar bank yaitu sebanyak 51,61%. Terdapat 33,87% menggunakan dompet digital dan 14,52% masih menggunakan metode pembayaran secara tunai. Sebesar 67,74% IKM masih mencatat keuangan secara tradisional, 25,81% telah melakukan pencatatan yang sesuai dengan standar pencatatan keuangan yang berlaku di Indonesia dan 6,45% telah menerapkan aplikasi pencatatan keuangan yang telah beredar.

Dari **aspek Sumber daya manusia**, sebagian besar IKM Kota Surakarta memiliki karyawan yang berskala mikro (0-4 karyawan) sebesar 48,39%. , 40,32% memiliki 5-19 karyawan sehingga masuk pada kriteria usaha kecil dan 11,29% masuk pada kriteria usaha menengah yaitu memiliki 20-99 karyawan. 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%. Sebagian besar IKM Kota Surakarta membayar gaji atau upah secara periodic mingguan 40,32%, bulanan sebanyak 27,42%, harian sebanyak 17,74% dan terdapat 8,06% membayar upah berdasarkan jumlah atau per item produk yang dihasilkan. 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%. 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 dari 69 responden UMKM di Kota Surakarta diuraikan sebagai berikut. Berdasarkan jenis kelamin pelaku UMKM di Surakarta teridentifikasi responden laki-laki sebanyak 56,9% dan Perempuan sebanyak 43,1%. 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%. Tingkat pendidikan para pelaku UMKM sebagian besar adalah tingkat SMA sederajat yaitu 50,72%, sarjana 15,94 %, SMP dan Diploma masing-masing 10,14 %. Sebesar 21,74% para pelaku UMKM memiliki pekerjaan sampingan, dan 78,26% murni pengusaha yang hanya mengandalkan hasil dari usahanya saja. Lama usaha yang telah berjalan pada UMKM di Kota Surakarta berkisar dari mulai kurang dari 1 tahun sampai 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 masih ada usaha yang baru berjalan kurang dari satu tahun. Berdasarkan status kepemilikan usaha 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. 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. Jumlah UMKM yang sudah memiliki P-IRT sebanyak 20,29%, NIB 10,14%, tersertifikasi halal sebanyak 10,14%, sedangkan UMKM yang sudah berbadan hukum dengan akta notaris 1,5.

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. Sebagian besar UMKM belum memiliki saluran distribusi dalam pemasaran produknya , sebesar 57,97% belum 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%. 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. 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. Sebanyak 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. 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. 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 pasar dan 88,41% sudah memiliki target konsumen.

Dari aspek Media pemasaran digital, UMKM Kota Surakarta telah menggunakan media penjualan offline maupun online. 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 sebagai 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. 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. 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. 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. 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. 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. Dari aspek adopsi teknologi pemasaran melalui E Commerce, 55,07% UMKM di Surakarta 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.

Dari aspek keuangan, sebagian besar merupakan usaha mikro, hal ini tampak pada kebutuhan modal kerja per berkisar antara 1-10 juta sebanyak 26,09%, kebutuhan modal 10-20 juta sejumlah 20,29% dan sisanya merupakan usaha kecil dan menengah yang kebutuhan modal per bulan mencapai 40-50 juta lebih. 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. **Dari aspek teknologi keuangan**, sebagian besar UMKM masih menggunakan metode transfer bank, meskipun beberapa 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. 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. Penggunaan teknologi digital dalam transportasi penjualan, dapat terlihat bahwa sebagian UMKM Kota Surakarta telah memanfaatkan aplikasi tersebut. Sejumlah 79,17% UMKM telah menggunakan aplikasi transportasi digital, dan 20,83% sisanya belum menggunakannya. Durasi penggunaan aplikasi transportasi digital berkisar 1-10 tahun. 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-rata penggunaan kurang dari 1-10 tahun

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, Berdasar kepemilikan struktur organisasi, terdapat 69,57% UMKM yang memiliki pembagian pekerjaan dan 30,43% masih belum memilikinya. 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 37,68% UMKM melakukan system penggajian bulanan, 21,74% system upah mingguan, dan 15,9% system upah harian dan sisanya berdasarkan item.

Dari aspek produksi, 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. 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. Berdasarkan cara perolehan bahan baku, sebagian besar UMKM yaitu 53,62% masih secara mandiri untuk mendapatkan bahan baku. Sementara yang mendapatkan kiriman dari pemasok sebanyak 37,68%. 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. Dalam penggunaan bahan bakar 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. Sementara 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%.

Berdasar 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. 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. 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.

3. 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. 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. 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.

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. 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. Terdapat factor yang mempengaruhi ketidakberhasilan adopsi bisnis digital, yaitu: (1) Persaingan yang ketat, (2) Perubahan tren dan permintaan pasar, (3) Kendala keuangan, (4) Peraturan dan Kebijakan Pemerintah, (5) Masalah Manajemen, (6) Krisis Ekonomi, (7) Faktor eksternal yang tak terduga.

Pemasaran online yang dilakukan sudah membuahkan hasil, terlihat dari adanya peningkatan permintaan produk dari daerah lain. 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, (2) Produk atau Layanan yang Berkualitas, (3) Pemahaman Pelanggan, (4) Pemasaran yang Efektif, (5) Manajemen Keuangan yang Cermat, (6) Inovasi dan Adaptabilitas, (7) Keterampilan Manajerial yang Kuat, (8) Jaringan dan Kolaborasi. 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 berikut.

MODEL PENGUATAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA

Digitalisasi IKM dan UMKM harus dikuatkan oleh semua stakeholders di Kota Surakarta. Dari sisi permintaan penting dilakukan 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, dan juga dilakukan 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.

Dari sisi bisnis, perlu dilakukan penguatan rantai pasok bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas IKM dan UMKM, penguatan proses digitalisasi IKM dan UMKM baik aspek operasional, keuangan, SDM dan pemasaran, serta mendorong inovasi bisnis digital bagi IKM dan UMKM, dan mendorong IKM dan UMKM naik kelas dan go-ekspor. Dari sisi penawaran, perlu upaya memperbanyak startup berbasis teknologi yang dihasilkan berbagai lembaga inkubasi (Solo Technopark dan Perguruan Tinggi), penguatan kelembagaan digitalisasi IKM dan UMKM oleh pemerintah, seperti aspek regulasi, dan system bisnis digital, serta penyediaan infrastruktur digital (free wifi) di klaster atau sentra IKM dan UMKM, serta pusat pusat bisnis.

Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta dapat dilihat dari adanya **Infrastruktur Digital, Pemerintahan Digital, Bisnis Digital dan Masyarakat Digital**. Bisnis Digital adalah seluruh kegiatan bisnis IKM dan UMKM 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, (2) fasilitasi meningkatkan UMKM dengan teknologi digital, (3) penciptaan startup digital aktif, (4) penyediaan teknologi pengendalian konten bisnis di internet, dan (5) pembangunan ekosistem digitalisasi bisnis.

Empat (4) pilar utama untuk mendukung kinerja digitalisasi IKM dan UMKM di Kota Surakarta, yaitu (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, dan (4) research dan inovasi digital yang diperlukan untuk menghasilkan nilai tambah industri dan mengurangi ketergantungan sumber daya alam serta mendorong transformasi ekonomi.

Berbagai strategi, program dan kegiatan di atas perlu dilakukan oleh lima aktor utama yang berkolaborasi yaitu akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah daerah dan media. Model ini merupakan model penta helix 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. Berikut adalah model penguatan kelembagaan beserta program kegiatan keterlibatan lima aktor utama.

Tabel. 2 Model Penguatan Kelembagaan

No.	Pentahelix	Program - Kegiatan
1	Pelaku IKM dan UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peningkatan pangsa pasar produk IKM dan UMKM melalui pemasaran digital, ▪ Adopsi teknologi untuk peningkatan kualitas dan kuantitas produk, ▪ Melakukan inovasi untuk meningkatkan value prepositions bagi produk UMKM untuk memangkan persaingan di pasar dalam negeri maupun Luar Negeri, ▪ Penerapan teknologi digital dalam bidang operasional, keuangan dan pemasaran produk, ▪ Peningkatan ketrampilan tenaga kerja di bidang teknologi digital,
2	Lembaga Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kajian model pengembangan bisnis berbasis teknologi, ▪ Pelatihan pengelolaan bisnis berbasis teknologi digital bagi pelaku IKM dan UMKM di bidang produksi, keuangan, SDM, dan pemasaran, ▪ Inkubasi bisnis untuk para start up, ▪ Pendampingan bisnis IKM dan UMKM dalam adopsi teknologi.
3	Pemerintah Daerah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelatihan ketrampilan kerja bagi pencari kerja dan tenaga kerja, ▪ Kemitraan Usaha Mikro dengan skala usaha di atasnya, ▪ Fasilitasi Perizinan Usaha Mikro, ▪ Pemberdayaan Kelembagaan dan Pengembangan Usaha Mikro, ▪ Koordinasi dan Sinkronisasi dengan Para Pemangku Kepentingan (pentaheliks) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro ▪ Pelatihan peningkatan Kapasitas dan Kompetensi SDM Usaha Mikro dan Kewirausahaan, ▪ Pendampingan Usaha Kecil dalam Pengembangan Produksi dan Pengolahan, Pemasaran, SDM, serta Desain berbasis Teknologi digital, ▪ Promosi Penggunaan Produk Dalam Negeri di Tingkat Kota Surakarta, ▪ Pameran Produk Dalam Negeri di Tingkat Kabupaten/Kota, ▪ Penyusunan Sistem dan Jaringan Informasi Perdagangan ▪ Pendampingan Usaha Produk Ekspor Unggulan Kabupaten/Kota, ▪ Pameran Dagang, baik lokal, nasional dan internasional, ▪ Promosi Produk Ekspor, ▪ 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,

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelatihan Kompetensi SDM Ekonomi Kreatif Tingkat Dasar, ▪ Fasilitasi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif, ▪ Bimbingan Teknis dan Pendampingan Ekonomi Kreatif, ▪ Fasilitasi pelaku UKM ekonomi kreatif menghadapi Perkembangan Teknologi, ▪ Pelayanan Terpadu Perizinan dan Non Perizinan Berbasis Sistem Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik bagi Pelaku usaha, ▪ Pendampingan digitalisasi IKM dan UMKM, ▪ Inkubasi Bisnis IKM dan UMKM bidang teknologi, ▪ Penyediaan internet gratis di sentra IKM dan UMKM, ▪ Peningkatan jumlah IKM dan UMKM yang bergabung pada e-katalog produk unggulan daerah, ▪ Peningkatan jumlah etalase showroom produk IKM dan UMKM, ▪ Pembentukan investment corner berbasis digital yang memudahkan IKM dan UMKM mulai dari kesiapan pengajuan perijinan, akses pendanaan atau investasi, akses showroom produk terpusat, ▪ Pendirian ekosistem bisnis digital yang saling menguatkan dan meningkatkan pengembangan bisnis digital, ▪ Pemetaan atau assessment digitalisasi IKM dan UMKM, ▪ Pengukuran tingkat keberhasilan digitalisasi IKM dan UMKM terhadap kinerja perekonomian daerah ▪ Penyusunan masterplan digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta ▪ Penyusunan manual book digitalisasi IKM dan UMKM
4	Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pembentukan “admin bersama” sebagai fasilitasi penjualan produk IKM dan UMKM melalui marketplace, ▪ Penguatan rantai pasok bisnis produk unggulan Kota Surakarta untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas IKM dan UMKM, ▪ Penguatan kelembagaan dalam mendorong IKM dan UMKM naik kelas dan go-ekspor
5	Media	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publikasi dan informasi tentang produk unggulan Kota Surakarta, ▪ 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, ▪ 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,

REKOMENDASI

1. Untuk penguatan digitalisasi IKM dan UMKM, Pemerintah Kota Surakarta (Dinas Tenaga kerja; Badan Penelitian Daerah; Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian dan STP) harus melakukan (1) penyusunan masterplan digitalisasi IKM dan UMKM, (2) penyusunan Sistem dan Jaringan Informasi Perdagangan, (3) penyusunan single definition tentang IKM dan UMKM,(4) penyusunan single data tentang IKM dan UMKM yang bisa diakses secara digital oleh seluruh stakeholder, (5) Penetapan produk unggulan daerah Kota Surakarta sebagai program prioritas pengembangan digitalisasi IKM dan UMKM, (6) pembentukan investment corner berbasis digital yang memudahkan IKM dan UMKM mulai dari kesiapan pengajuan perijinan, akses pendanaan atau investasi, akses showroom produk terpusat, (7) Pendirian ekosistem bisnis digital yang saling menguatkan dan meningkatkan pengembangan bisnis digital, (8) Inkubasi Bisnis IKM dan UMKM bidang teknologi, (9) Pelatihan ketrampilan kerja bagi pencari kerja dan kapasitas tenaga kerja, (10) Pelatihan pengelolaan bisnis berbasis teknologi digital bagi pelaku IKM dan UMKM di bidang produksi, keuangan, SDM, dan pemasaran, (11) Fasilitasi Perizinan, showroom, internet gratis di sentra IKM dan UMKM, serta kemitraan dengan usaha menengah dan besar, (12) Pendampingan digitalisasi IKM dan UMKM, (13) Promosi dan pameran produk, (14) Pemberdayaan Kelembagaan Usaha Mikro, dan (15) Koordinasi dan Sinkronisasi dengan Para Pemangku Kepentingan (pentaheliks) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro
2. Untuk melaksanakan program digitalisasi IKM dan UMKM diperlukan komitmen dari semua pihak terkait dengan IKM dan UMKM, baik pemerintah, perguruan tinggi, komunitas, dan media. Penyusunan peraturan dan kebijakan, kajian/penelitian, workshop/pelatihan, pendampingan, fasilitasi, dan inkubasi harus dilakukan secara terkoordinasi, terprogram, dan sistematis dengan kompetensi sumber daya manusia yang memadai dalam satu kerangka penguatan digitalisasi IKM dan UMKM.

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.
- 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>
- 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
- 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.



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 | Email : balitbangddaska@surakarta.go.id; balitbangdaska@gmail.com

Telp. (0271) 636 426