

# STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PRODUK KONSUMSI DAN NON KONSUMSI DI ERA DIGITAL OLEH DINAS KOPERASI, UKM DAN TENAGA KERJA KABUPATEN LAMPUNG UTARA PROVINSI LAMPUNG

Akhmad Fadhil Mu'arif

NPP. 31.0297

Asdaf Kabupaten Lampung Utara, Provinsi Lampung  
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat  
Email: fadhilmuarif@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Ir. Tjut Syiariah, MM.

## ABSTRACT

**Problem Statement/Background (GAP):** Coffee, Chips and Tapis businesses are leading businesses in North Lampung Regency that must be considered in facing the onslaught of the digital era and require a digital environment support that is important for MSMEs in order to compete and be able to market their products so that they can penetrate a wider market. The lack of digital environment support and sluggish investment due to low security in the Lampung Regency environment are obstacles that reduce the encouragement and willingness of Lampung Regency MSMEs to become digital MSMEs **Purpose:** This study aims to determine the strategies carried out by the North Lampung Regency SME and Manpower Cooperative Office to overcome and encourage the Lampung Regency Coffee, Chips and Tapis Business in the Digitalization era. In this study. **Method:** the authors used the Descriptive Qualitative method with interviews as the primary data source and triangulated the data with secondary sources in the form of documents, records, and other supporters **Result:** Many factors and the main ones are the low level of regional security, the absence of raw material production in the Regency and the mindset of people who do not understand the principles of the digital economy and the high cost of production raw materials to be marketed digitally are obstacles to the digitalization of MSMEs, especially in the leading sectors. **Conclusion:** As for internal obstacles, namely incomplete MSME data so that data analysis as policy material is still one of the serious obstacles. The digitalization of MSMEs in North Lampung Regency has not gone well and the strategy carried out by the North Lampung Regency SME Cooperative and Manpower Office is still in the stage of increasing the technical competence of MSME actors' production

**Keywords:** Digitalization; Micro, Small and Medium Enterprises; Empowerment Strategy

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Usaha Kopi, Keripik dan Tapis merupakan Usaha unggulan di Kabupaten Lampung Utara yang harus diperhatikan dalam menghadapi gempuran era digital dan membutuhkan suatu dukungan lingkungan digital yang penting bagi UMKM agar dapat bersaing dan dapat memasarkan produk yang mereka miliki sehingga dapat menembus pasar yang lebih luas. Belum adanya dukungan lingkungan digital dan lesunya investasi karena keamanan yang rendah dilingkungan Kabupaten Lampung menjadi penghambat sehingga mengurangi dorongan dan

kemauan UMKM Kabupaten Lampung untuk menjadi UMKM digital. **Tujuan:** . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Lampung Utara untuk mengatasi dan mendorong Usaha Kopi, Keripik dan Tapis Kabupaten Lampung di era Digitalisasi. **Metode:** Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan wawancara sebagai sumber data primer dan ditringangulasi data dengan sumber sekunder berupa dokumen, catatan, dan pendukung lainnya. **Hasil/Temuan:** Banyak faktor dan yang utama adalah tingkat keamanan wilayah yang rendah, belum adanya produksi bahan baku dalam Kabupaten dan pola pikir masyarakat yang belum memahami prinsip ekonomi digital serta mahalnya bahan baku produksi untuk dapat dipasarkan secara digital menjadi penghambat digitalisasi UMKM terutama pada sektor unggulan. Adapun hambatan dari internal yakni data UMKM yang belum lengkap sehingga analisa data sebagai bahan kebijakan masih menjadi salah satu hambatan yang cukup serius. **Kesimpulan:** Digitalisasi UMKM di Kabupaten Lampung Utara belum berjalan dengan baik dan strategi yang dijalankan oleh Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Lampung Utara masih dalam tahap peningkatan kompetensi teknis produksi pelaku UMKM

**Kata kunci:** Digitalisasi; UMKM, Strategi Pemberdayaan

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

UMKM sebagai penggerak roda ekonomi yang menurut (Hadi dkk., 2023) Kemampuan UMKM untuk memberikan kontribusi yang signifikan terutama terhadap perkembangan perekonomian suatu negara, baik di negara-negara berkembang maupun maju sehingga hal ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia yang mana mampu menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang besar dan memberikan solusi terkait ketersediaan lapangan pekerjaan pada kalangan masyarakat lokal, sudah seharusnya dapat diberikan dukungan dan kebijakan yang berpihak pada pelaku UMKM sehingga potensi UMKM dapat meningkat. Era digital telah berkembang dan semakin maju sehingga pergerakan revolusi dalam aspek yang sangat kompleks dalam kehidupan manusia modern dan membuka seluas – luasnya interaksi dan ekonomi global serta merubah cara dan aspek manusia dari berkomunikasi, bekerja, hingga suatu negara dapat menjalankan negaranya menggunakan teknologi digital sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang efektif, efisien, dan membuka pasar baru yang sangat dinamis Ekonomi yang efektif, efisien yang didukung oleh kemajuan zaman dan terus berpacu dengan digitalisasi dapat dipastikan bahwa pasar akan terbuka melalui dukungan digital dengan kondisi sangat terbuka maka hambatan geografis yang menjadi penghalang selama kegiatan ekonomi itu terjadi dapat hilang dan menumbuhkan usaha ekonomi kecil serta yang menengah untuk ikut bersaing didalam pasar global yang sangat terbuka dan terjangkau langsung oleh calon konsumen pencari produk usaha mereka. (Utami & Fauzi, 2023) menyatakan Media sosial dapat dikatakan sebagai gerbang pembuka sebuah usaha untuk meluncur di dunia maya untuk menjangkau lebih luas target market yang sulit dijangkau dalam dunia nyata sehingga marketing pada era digital dapat dilakukan lebih luas melalui media digital. Digitalisasi yang memungkinkan seluruh pelaku usaha melaksanakan kegiatan perekonomiannya secara terbuka sehingga tingkat efisiensi operasional mengencil maka, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kesempatan yang sama dimana sebelumnya hanya bermain dilingkup domestik namun kini karena digitalisasi menjadikan UMKM dapat bersaing pada lingkup yang lebih luas tanpa meninggalkan pasar domestik yang mereka miliki dan terciptanya 2 (dua) pasar yang saling menguntungkan dan mendukung agar UMKM semakin baik dan besar. Digitalisasi yang menjadi arus perubahan dinamis dan dipadukan dengan UMKM yang merupakan penggerak ekonomi vital, bila kedua hal ini disatukan maka akan membuat sebuah pergerakan ekonomi yang dinamis sangat terbuka dan memiliki tenaga kerja yang sangat kompleks karena

berubahnya pola ekonomi maka akan membuka jenis lapangan kerja yang baru dan menarik banyak sekali angkatan kerja sehingga pasar UMKM Digital harus dikelola dengan sangat baik serta menjadi sebuah analisis yang kompleks agar ekonomi digital dapat berkembang dan terus bergerak mengikuti perkembangan zaman yang digital untuk itu (Primastuti dkk., 2023) menyatakan bahwa Kolaborasi adalah sebuah hal yang saling menguntungkan bermanfaat dan terdefinisi dengan baik hubungan antara dua orang atau lebih organisasi yang dicirikan oleh komitmen terhadap tujuan bersama, struktur yang dikembangkan secara bersama, pembagian tanggung jawab, serta timbal balik wewenang dan akuntabilitas dan dalam hal ini, Pemerintah harus berkolaborasi dengan pelaku digital dan pelaku UMKM untuk menciptakan digitalisasi UMKM yang berkelanjutan

### **1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)**

Kesenjangan dalam pelaksanaan perekonomian digital akan sangat terlihat ketika tidak dapat dihilangkan atau diminimalkan secara optimal karena Pemerintah Kabupaten Lampung Utara sebagai salah satu pelaksana kuasa eksekutif di daerah memiliki kewajiban dalam menyediakan lingkungan digital yang baik dan meningkatkan kapasitas manusia di wilayah mereka supaya ekonomi digital dapat tumbuh dan berjalan dengan baik sehingga wilayah Kabupaten Lampung Utara menerima dampak positif digitalisasi. Tingginya tingkat kriminalitas yang ada di Kabupaten Lampung Utara menjadi salah satu faktor yang berperan dalam menghambat kemajuan pertumbuhan ekonomi dan digitalisasi. Hal ini selaras dengan pendapat (Palokoto dkk., 2020) yakni Kejadian kejahatan pembunuhan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kekerasan di suatu wilayah, yang mana menentukan perilaku pelaku ekonomi yang cenderung mengurangi kegiatan ekonomi di tempat yang dianggap rawan akan terjadinya kejahatan dengan kekerasan..karena dengan adanya predikat “tidak aman” menghambat minat investor yang mendukung digitalisasi masuk terutama layanan pesan antar makanan secara daring yang sangat mendukung pergerakan UMKM terutama pada menuju digital. Hambatan ini tentunya menjadi suatu permasalahan yang harus dan menjadi titik utama dalam prioritas menjalankan pembangunan digital yang harus diwujudkan bersama oleh Pemerintah Kabupaten Lampung Utara.

### **1.3. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks pemberdayaan UMKM maupun konteks digitalisasi UMKM. Penelitian (Lubis dkk., t.t.) dengan judul Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Program Mekaar dengan analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui Strategi dibalik keberhasilan program Mekaar dan ditemukan bahwa Hasil penelitian bahwa strategi pemberdayaan UMKM mempunyai kekuatan berupa kemudahan akses modal dari PT PNM Medan, kelemahan berupa minimnya manajemen pengelolaan modal usaha PT PNM, peluang berupa adanya subsidi margin yang diberikan pemerintah dan ancaman. Kemudian, penelitian yang dilakukan (Jatmiko, t.t.) yang berjudul Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM menginspirasi dalam Mengetahui strategi peningkatan digitalisasi yang dilakukan guna meningkatkan penjualan produk UMKM karena dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pelaku UMKM masih kesulitan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi dalam pemasaran Produk dimana kondisi ini hampir mirip dengan yang ada di Kabupaten Lampung Utara. Adapun penelitian yang dilaksanakan (Debi Yolanda, 2024) yang berjudul Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Grosir Olshop dengan Metode N.Vivo telah membantu penulis dalam menemukan referensi terkait pemasaran digital

dalam pengembangan UMKM karena dalam penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya era digital yang menuntut untuk pengembangan daya saing dengan menggunakan kemajuan digital. Kemudian secara struktur penelitian, penulis mendapatkan inspirasi dari (Fuadi dkk., 2021) yang melaksanakan penelitian dengan judul Systematic Review: Strategi Pemberdayaan pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial dimana penelitian tersebut Melakukan Review terkait strategi pemberdayaan UMKM yang dilakukan melalui aksi sosial sehingga mengetahui perubahan perilaku konsumen akibat era digital. Kemudian, penulis juga mempelajari beberapa literasi terutama pada landasan hukum UMKM karena pada penelitian oleh (Sholihah dkk., t.t.) yang menyebutkan bawasannya Hukum akan infrastruktur sektoral berbasis teknologi harus dikembangkan guna memberikan dampak bagi pemerintah maupun daerah itu sendiri sehingga hal ini menjadi salah satu acuan dari penelitian ini.

#### **1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni pemberdayaan UMKM terutama pada produk kopi, keripik, dan tapis di Kabupaten Lampung Utara dalam menguatkan program digitalisasi UMKM sehingga UMKM tersebut dapat bertransformasi menjadi lebih baik. Penelitian ini dilaksanakan dengan teori Strategi Pemberdayaan Masyarakat oleh Hulme dan Tuner dalam (Mulyana & Wusqo, 2023) yang dikaitkan dengan digitalisasi sehingga penelitian yang dilakukan penulis belum pernah dilakukan sebelumnya.

#### **1.5. Tujuan.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Lampung Utara terkait memberdayakan UMKM Produk Kopi, Keripik dan Tapis menuju era digital serta mengetahui apa faktor yang menjadi pendorong dan penghambat pemberdayaan serta mengetahui upaya dalam mengatasi hambatan yang terjadi sehingga dapat memberi gambaran pengembangan UMKM di era digital.

### **II. METODE**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan wawancara sebagai sumber data primer dan ditringangulasi data dengan sumber sekunder berupa dokumen, catatan, dan pendukung lainnya Sugiyono dalam (Dan, t.t.) dimana dalam menentukan informannya penulis menggunakan *purposive sampling* dan *Accidental Sampling* sehingga data yang diperoleh didapatkan dari 2 (dua) sisi yakni Pemerintah selaku pelaksana program dan langsung diverifikasi oleh Penerima Manfaat dalam hal ini pelaku UMKM.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penulis menganalisis Strategi Pemberdayaan UMKM Produk Kopi, Keripik, dan Tapis menggunakan pendapat dari Yadav yang menyatakan bahwa partisipasi dapat terjadi pada empat tahap, yaitu partisipasi dalam perencanaan/pengambilan keputusan, pelaksanaan, dan pemanfaatan hasil. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

#### **3.1 Pemberdayaan melalui Politik atau kebijakan yang diterapkan**

##### **3.1.1 Regulasi Pemberdayaan Usaha Konsumsi dan Non Konsumsi di Era Digital**

Urgensi hukum digitalisasi belum dibutuhkan, penulis merujuk data Dana Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM di Lampung Utara tahun 2023 ditemukan bahwa untuk anggaran penyuluhan dan pendampingan hukum masih pada angka Rp. 0,- yang ditemukan pada postur perencanaan

penggunaan anggaran pelatihan tahun 2023 yang tidak membutuhkan biaya penyuluhan, konsultasi, dan drafting hukum padahal (Ismantara1 & Prianto2, t.t.) menyebutkan bahwa Pemerintah perlu secepatnya membarui UUPK yang substansinya meliputi hal-hal teknis yang memiliki kekuatan hukum dengan ketentuan sanksi yang jelas apabila melanggar. Tanggung jawab pemilik platform e-commerce sebagai penyedia wadah, dan endorser sebagai pelaku kegiatan promosi juga harus tertulis jelas di dalamnya supaya ketika terjadi sengketa, pihak-pihak tersebut juga dapat dibebankan sejumlah konsekuensi hukum namun ditemukan, merujuk data baik data dokumen dan wawancara dapat diketahui bawasannya kebutuhan pembentukan payung hukum digitalisasi UMKM belum diperlukan dan belum menjadi urgensi pada dokumen RPJMD Kabupaten Lampung Utara tahun 2019-2024 sehingga fokus perbaikan yang dilaksanakan Kabupaten Lampung adalah Pelatihan dan Pendampingan UMKM untuk berkembang secara langsung melalui pelatihan atau lebih condong terhadap pengembangan kapasitas manusia sebagai pelaku UMKM. Selain dampak tersebut (Yuniarti, 2023) mengungkapkan bahwa Legalitas termasuk aspek penting bagi perusahaan maupun badan usaha sebab menjadi jati diri terkait sahnya atau legalitas sehingga memperoleh pengakuan dari masyarakat. Legalitas usaha ini bisa mendorong peningkatan UMKM yang lebih maju ke depannya. Dapat diketahui bawasannya dasar hukum merupakan landasan yang cukup penting untuk pengembangan UMKM kedepannya.

### 3.2 Pemberdayaan melalui peningkatan kemampuan masyarakat

#### 3.2.1 Pemberian Pelatihan Pemberdayaan Menuju Digital

Pelatihan menuju digital memang sangat perlu diadakan dimasa kini karena menurut (Ardani, 2022) terdapat pengaruh signifikan antara transformation digital marketing media social terhadap peningkatan volume penjualan UMKM kuliner namun, kondisi lapangan tentunya tidak selamanya persis dengan kondisi yang diharapkan. Hal ini terjadi di Kabupaten Lampung Utara dimana Masyarakat belum menginginkan dan memahami pentingnya digitalisasi karena 98% Usaha Kopi, Keripik, dan Tapis di Kabupaten Lampung Utara masih memasarkan produknya secara langsung hal ini dapat disaksikan pada tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1**  
**Platform marketplace yang digunakan Usaha Kopi, Keripik, dan Tapis Unggulan Kabupaten Lampung Utara**

No	Nama Usaha	Jenis Komoditas	Marketplace
1	Pabrik Kopi Dan Padi Holil	Kopi dan Padi	Tidak Memakai
2	Jual Beli Kopi Karya Jaya	Kopi	Tidak Memakai
3	Pabrik Kopi Wasta	Kopi	Tidak Memakai
4	Pabrik Kopi Dan Padi Iwan	Kopi dan Padi	Tidak Memakai
5	Elmuna Banana Chips	Keripik	Shopee
6	Bandar Aksesoris	Tapis	Tidak Memakai

Sumber : data diolah penulis, 2024

Merujuk data tabel 3.1 tersebut sudah sepatutnya Usaha Kopi, Keripik, dan Tapis unggulan diperhatikan oleh Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Lampung Utara namun Dinas Koperasi, UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Lampung Utara tidak memprioritaskan dan tidak melaksanakan pelatihan digitalisasi karena anggaran pelatihan TI sebesar 0 dan memiliki peserta sejumlah 0 hal ini disebabkan bukan dikarenakan oleh tidak adanya kemauan dari Dinas namun, Kondisi lingkungan dan Sarana Prasaran pendukung dari digitalisasi belum tersedia dan belum dapat diadakan dikarenakan lesunya minat investor terhadap pelaksanaan platform yang ada di Kabupaten Lampung Utara.

Padahal hasil penelitian (Ardani, 2022) Dengan munculnya pasar online global, konsep globalisasi telah menjadi faktor penting dalam pengenalan produk dan layanan baru perusahaan multinasional. Teknologi modern berdampak signifikan terhadap perubahan kebiasaan konsumen. Namun dikarenakan kondisi konsumen yang belum memahami digitalisasi sehingga pasar digital masih belum terbentuk. Selain itu perlunya digitalisasi diungkapkan oleh (Sirodjudin, 2023) bahwa dalam mengimplementasikan digital marketing sebagai strategi pemasaran, UMKM juga perlu memperhatikan beberapa hal seperti menentukan target pasar yang jelas, memilih platform digital yang tepat, membuat konten yang menarik, dan melakukan evaluasi secara berkala terhadap hasil kampanye digital marketing yang dilakukan. Dengan memanfaatkan digital marketing secara optimal, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi era Industri 4.0. Namun sayangnya dalam pasar lokal UMKM di Kabupaten Lampung Utara tertinggal jauh terkair industri 4.0 dan tetap mengutamakan pasar lokal sebagai tumpuan utama jalannya UMKM

### **3.3 Pemberdayaan melalui potensi lokal UMKM**

#### **3.3.1 Pendampingan Peningkatan Motivasi UMKM Lokal**

Untuk Mendorong Digitalisasi, Pendampingan pasca pelatihan atau biasa disebut dengan monitoring dan evaluasi tentunya sangat penting dilakukan oleh Pemerintah mengingat anggaran yang dikucurkan harus optimal dan dapat menjangkau segala lapisan masyarakat dan memiliki output nyata yang dapat diukur dan dapat dirasakan secara langsung serta tentunya dapat diawasi pelaksanaannya. Melakukan monitoring dan evaluasi pasca pelatihan merupakan hal yang cukup mudah dan terarah karena dalam monitoring evaluasi ini Dinas Koperasi UKM dan Tenaga memiliki instrumen yang telah disusun pra-pelatihan atau pada tahap perencanaan program. Formulir kontrol yang dibuat selalu diisi dan dimonitoring 2 (dua) kali sebulan dan akan dihimpun setiap triwulan yang akan menentukan jenis pelatihan yang akan diberikan pada triwulan selanjutnya. dapat diketahui bawasannya pendampingan pasca pelatihan UMKM di Kabupaten Lampung Utara dapat berjalan dengan baik karena tidak hanya dari tahapan pelatihan namun, tahap perencanaan juga memberikan dampak yang besar bagi pelaku UMKM karena dilibatkan langsung dalam semua proses yang ada.

Selain pengembangan motivasi adapun kerjasama permodalan yang dilaksanakan guna meningkatkan motivasi yakni pendampingan perbankan karena (Khasanah dkk., t.t.) menerangkan bahwa Kegiatan pengenalan manajemen keuangan keluarga ini penting dilakukan terutama untuk yang kegiatan rutusnya berdagang (berwirausaha), hal ini karena tingkat kemakmuran ekonomi suatu keluarga dipengaruhi oleh manajemen keuangan keluarga yang baik. Pengelolaan keuangan yang difokuskan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dititikberatkan dalam perencanaan keuangan dan pengendalian hutang. Dengan adanya pemerintah dalam mendampingi dan memberikan pemahaman terkait keuangan maka dampak dari gagal pembayaran hutang dapat ditekan dan dikurangi karena, menurut Alwi dalam (Renaldo dkk., 2023) menyebutkan bahwa Manajemen hutang adalah cara untuk mengendalikan hutang melalui perencanaan dan penganggaran keuangan. Tujuan dari rencana pengelolaan hutang adalah menggunakan strategi ini untuk membantu menurunkan hutang saat ini dan bergerak menuju penghapusannya. Sehingga dalam hal ini penting sekali untuk dipelajari agar UMKM memanfaatkan hutang menjadi belanja modal bukan menjadi belanja konsumtif. Selain itu ketika UMKM berhasil membayar hutang (Manajemen dkk., 2023) menuturkan bahwa Perilaku pengelolaan keuangan yang baik juga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional. Jika masyarakat memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang sehat, maka dapat mengurangi risiko terjadinya krisis keuangan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dampak positif pembayaran hutang oleh UMKM juga merujuk hasil penelitian (Keuangan dkk., 2022) Kepribadian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada para pelaku

UMKM di Kabupaten Bandung yang mengindikasikan bahwa semakin baik atau tinggi kepribadian para pelaku UMKM, akan berdampak semakin baik perilaku manajemen keuangan. Dengan dapat memahami kepribadian dengan baik, maka akan dapat mengetahui cara mengoperasikan pendanaan usaha dengan benar sehingga berpengaruh baik dalam perilaku manajemen keuangan bisnis mereka.

### **3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian**

Pelaksanaan Strategi Pemberdayaan Digitalisasi di Kabupaten Lampung Utara masih belum dapat berjalan dengan baik dikarenakan rendahnya minat masyarakat untuk melakukan proses UMKM secara digital. Sama halnya dengan temuan penelitian sebelumnya bahwa Pelaku UMKM masih kesulitan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi dalam pemasaran Produk Jatmiko, (2022) namun terdapat perbedaan bawasannya bukan hanya pelaku UMKM yang merasa kesulitan menggunakan teknologi, belum adanya lingkungan digital yang mendukung UMKM seperti layanan pesan antar makanan secara daring memperparah keadaan yang ada. Selain menemukan belum adanya kemauan untuk memanfaatkan teknologi pada pelaku usaha di Lampung Utara, ditemukan fakta yang bahwa pelaku usaha juga kesulitan ketika mendapatkan modal namun belum mengetahui bagaimana cara manajemen pinjaman dengan baik sehingga yang besar akan semakin besar dan yang kecil akan semakin kecil. Temuan ini memperkuat temuan penelitian Lubis et al., (2023) karena sama sama menemukan bahwa masyarakat pelaku UMKM cenderung tidak mengetahui cara manajemen keuangan dengan baik.

### **3.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya**

Penulis menemukan faktor penghambat pemberdayaan UMKM salah satunya dikarenakan lesunya minat investor untuk berinvestasi di Kabupaten Lampung Utara dikarenakan tingkat keamanan yang rendah dimana Kabupaten Lampung Utara menempati peringkat kedua Kabupaten paling tidak aman di Provinsi Lampung. Rendahnya tingkat keamanan ini membuat minat investasi rendah berdampak pada perekonomian secara makro di Kabupaten Lampung Utara selain lingkungan yang tidak aman, tidak adanya payung hukum membuat investor semakin ragu berinvestasi. Hal ini diungkap pada penelitian (Sholihah dkk., t.t.) dimana Hukum akan infrastruktur sektoral berbasis teknologi harus dikembangkan guna memberikan dampak bagi pemerintah maupun daerah itu sendiri.

## **IV. KESIMPULAN**

Penulis menyimpulkan bahwa hasil dan pembahasan penelitian terkait Strategi Pemberdayaan UMKM menuju digital yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Tenaga Kerja dapat disimpulkan Pemberdayaan UMKM Produksi Konsumsi dan Non Konsumsi pada komoditas Kopi, Keripik, dan Tapis di era digital belum berjalan sepenuhnya digital melainkan masih melaksanakan pemberdayaan peningkatan kemampuan dalam produksi dan belum mengarah kepada digitalisasi dikarenakan lingkungan digital yang belum siap. Jumlah Produksi Komoditas Kopi, Keripik dan Tapis yang sangat melimpah dan adanya peningkatan kemampuan dalam mengolah Kopi, Keripik, dan Tapis yang dilaksanakan oleh Pemerintah sudah tepat sasaran dalam meningkatkan kualitas dan kecepatan produksi komoditas tersebut. Atribut data usaha yang mendukung digitalisasi masih kurang dan, Kurangnya minat investor untuk Berinvestasi yang disebabkan oleh tingkat keamanan yang rendah berdampak pada tingginya biaya produksi

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Penelitian juga hanya dilakukan pada 3 produk saja sebagai model studi kasus yang dipilih berdasarkan pendapat Sugiyono

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan program pemberdayaan UMKM menuju digital serta melakukan kajian terkait hubungan tingkat keamanan dan investasi untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Dinas Koperasi, UKM dan Tenaga Kerja beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, W. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*.  
Dan, K. (t.t.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Debi Yolanda, S. (2024). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Grosir Olshop dengan Metode N.Vivo. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8, 152–161. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/4935>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Hadi, L., Arimurti, R., & Rambe, A. N. (2023). Inovbiz Micro, Small, and Business Development Model Middle School (MSMEs) in Riau Province. Dalam *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* (Vol. 11). [www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP](http://www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP)
- Ismantara<sup>1</sup>, S., & Prianto<sup>2</sup>, Y. (t.t.). *RELEVANSI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN INDONESIA DI ERA EKONOMI DIGITAL*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61f290348fbcc/kominfo-hacker-incar-sistem-e-commerce-dan->
- Jatmiko, N. S. (t.t.). *Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM*. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/palat>
- Keuangan, P. P., Keuangan, S., Kepribadian, D., Manajemen, P., Pada Pelaku, K., Kabupaten, U., Jauhar, B., Yusufina, R., Sisilia, K., Setyorini, R., & Bisnis, P. A. (2022). YUME : Journal of Management. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 429–440. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1696>
- Khasanah, U., Vitriya, R., Mufarokhah, N., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Gresik, N. T. (t.t.). *Manajemen Keuangan Rumah Tangga: Pengenalan Pengelolaan Keuangan Pada Ibu-ibu Peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Kelurahan Kroman, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik*. <https://doi.org/10.31966/jam.v10i2.1340>
- Lubis, F. A., Ahmadi, N., Rahmani, B., Putri, I. K., Negeri, U. I., & Utara, S. (t.t.). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Program Mekaar Oleh PT. PNM Kota Medan Perspektif Ekonomi Islam*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8348>
- Manajemen, J., Dewanti, M. A., Yulianthini, N. N., Suarmanayasa, I. N., Heryanda, K. K., & Manajemen, J. (2023). ANALISA PENGETAHUAN KEUANGAN DALAM MEMPENGARUHI PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI FAKTOR MODERASI. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1). <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i1.60957>



- Mulyana, M., & Wusqo, U. (2023). IMPLEMENTASI PEMBINAAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENYANDANG DISABILITAS DI KOTA PEKANBARU. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 168–188. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v8i2.3725>
- Palokoto, T., Purwanti, E. Y., & Mudakir, Y. B. (2020). Analisis Konsekuensi Ekonomi Akibat Kejahatan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 20(2), 146–159. <https://doi.org/10.21002/jepi.2020.09>
- Primastuti, A., Ika, S., Labolo, M., & Akbar, B. (2023). Analysis of Collaborative Actors in Regional Inflation Control Using Social Network Analysis. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 1–18. <https://doi.org/10.33701/jtp.v15i1.2896>
- Renaldo, N., Tavip Junaedi, A., & Veronica, K. (2023). Manajemen Utang untuk Perencana Keuangan Perusahaan (Target Generasi Z). Dalam *JUDIKAT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, Nomor 1). <https://doi.org/10.35145/judikat.v3i1.2887>
- Sholihah, I., Penelitian, P., Kejaksanaan, P., Ri, A., Sultan, J., No, H., Baru, K., & Selatan, J. (t.t.). *MELALUI INFRASTRUKTUR BERBASIS TEKNOLOGI (Legal Policy for Border Areas Development through Technology-Based Infrastructure)*. <http://bnpp.go.id/>
- Sirodjudin, M. (2023). *Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review*. 2(2). <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/783>
- Utami, R., & Fauzi, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0* (Vol. 3, Nomor 1). <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.663>
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/177>

