

# UPAYA DIGITALISASI OLEH DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO DI KOTA SEMARANG PROVINSI JAWA TENGAH

Dimas Dzakwan Putro Widagdo

NPP. 28.0647

*Asdaf Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah  
Program Studi Pembangunan dan Pemberdayaan*

Email: 28.0647@praja.ipdn.ac.id / dimasdzakwanpw@gmail.com

## **ABSTRACT**

*This article is entitled "The attempts of digitalization in order to empower micro enterprises by Ministry of Cooperatives and Micro Enterprises in Semarang, Jawa Tengah" written by Dimas Dzakwan Putro Widagdo by email at dimasdzakwanpw@gmail.com. This study aims to find out and analyze how digitalization efforts are in the context of empowering micro-enterprises, obstacles in implementing digitalization efforts in the context of empowering micro-enterprises, and the efforts made by the Semarang City Cooperatives and Micro-Business Office in the process of digitizing efforts in order to empower these micro-enterprises. In this study, the data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. The data processing model in this study is by reducing data, presenting data, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the government's efforts are through socialization, training, coaching, mentoring to improve the quality of human resources. However, in this case the implementation related to these activities has not been carried out optimally, the socialization and training provided are not sustainable and cannot be evenly distributed to all micro businesses in the city of Semarang. Based on the results of the research and the constraints faced, the authors provide suggestions to the Semarang City Cooperatives and Micro Enterprises Service to further optimize the implementation of digitalization efforts in the context of empowering micro-enterprises in Semarang City, which is useful for the advancement of micro-enterprises because the current developments are required to understand regarding technology or digitization.*

**Keywords** : *Digitalization, Empowerment, Micro Enterprises*

## **ABSTRAK**

Artikel ini berjudul "Upaya Digitalisasi Oleh Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah" yang di tulis oleh Dimas Dzakwan Putro Widagdo dengan email dimasdzakwanpw@gmail.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro, hambatan dalam pelaksanaan upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro, dan upaya yang dilakukan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dalam proses upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro tersebut. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Model pengolahan data dalam penelitian ini dengan cara mereduksi data, penyajian data, dan mengambil kesimpulan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan pemerintah yaitu melalui sosialisasi, pelatihan, pembinaan, pendampingan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Namun dalam hal ini pelaksanaan terkait kegiatan tersebut belum terlaksana secara maksimal, sosialisasi maupun pelatihan yang diberikan tidak berkelanjutan dan belum bisa merata ke semua usaha mikro di Kota Semarang. Berdasarkan hasil penelitian dan kendala yang dihadapi, maka penulis memberikan saran kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang untuk lebih mengoptimalkan pelaksanaan upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro di Kota Semarang, yang berguna untuk kemajuan usaha mikro karena perkembangan zaman saat ini dituntut untuk dapat memahami mengenai teknologi atau digitalisasi.

**Kata Kunci** : *Digitalisasi, Pemberdayaan, Usaha Mikro*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kebijakan pemerintah Indonesia terkait upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat tercermin pada beberapa hal, yakni pembangunan, pemberdayaan masyarakat, penyelenggaraan pemerintahan, dan pelayanan publik di berbagai sektor kegiatan.

Terciptanya kemandirian ekonomi memerlukan sinergi dan kolaborasi dari pemerintah daerah dan pusat. Kekuasaan serta keleluasaan yang dimiliki pemerintah di daerah untuk membangun dan mengembangkan daerahnya pada sektor ekonomi, mampu dijadikan sebagai langkah upaya yang dapat dimanfaatkan untuk mewujudkan kemandirian ekonomi. Salah satu wujud nyata yang dilakukan pemerintah daerah adalah dengan mendukung dan memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang kemudian disebut dengan istilah UMKM.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM merupakan kegiatan masyarakat yang mampu memberikan lowongan pekerjaan dan pelayanan di bidang ekonomi secara luas. UMKM berperan aktif dalam upaya pemerataan sekaligus peningkatan pendapatan masyarakat, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan kestabilan ekonomi nasional. UMKM memiliki peranan yang sangat besar untuk perekonomian Indonesia, keberadaan UMKM sendiri sudah dimulai sejak adanya krisis moneter pada tahun 1998. Pada saat itu, UMKM dianggap sebagai penolong negara dalam proses pemulihan ekonomi nasional yang sempat krisis sekaligus untuk mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Melihat peranan usaha mikro yang begitu besar bagi perekonomian Indonesia, pemerintah senantiasa melakukan pemberdayaan untuk para pelaku usaha mikro. Pemberdayaan merupakan sebuah upaya pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, dan memberikan kepercayaan agar setiap individu ataupun kelompok mampu memahami apa yang akan dikerjakan. Sehingga, berujung pada tercapainya tujuan secara efektif dan efisien.

Seiring berjalannya waktu, banyak perubahan yang terjadi pada kehidupan manusia. Salah satunya adalah pola kegiatan manusia kearah modern melalui pemanfaatan teknologi. Pada era digitalisasi yang terjadi dewasa ini, pemanfaatan teknologi untuk menunjang beragam kegiatan manusia sangat perlu dilakukan. Tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi telah berkembang begitu pesat, terutama di era revolusi industri 4.0. Berkaitan dengan hal tersebut, upaya pemberdayaan usaha mikro saat ini memerlukan penerapan unsur teknologi atau

digitalisasi untuk menunjang berbagai kegiatan operasional, mulai dari produksi hingga distribusi.

Sebagai bentuk nyata, Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi, Informasi dan Informatika bersama Kementerian Koperasi dan UMKM telah melakukan SiaranPers No.216/HM/KOMINFO/11/2017 tentang Go Digital Gerakan Nasional UMKM Go Online. Upaya yang dilakukan pemerintah ini bertujuan untuk mendukung produktifitas UMKM.

Semarang menjadi salah satu kota dengan tingkat pertumbuhan usaha mikro yang cukup pesat. Sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah, kota ini memegang kendali yang cukup kuat dalam perekonomian daerah. Pada tahun 2020, Jumlah yang terdaftar di Kota Semarang telah mencapai 17.602 unit.

Peraturan Walikota Semarang Nomor 17 Tahun 2019 tentang Roadmap Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Kota Semarang 2016 – 2021 yang membahas mengenai urgensi Pelatihan Teknologi Informasi (Digitalisasi) seperti web marketing karena saat ini sangat perlu dikembangkan di UMKM Kota Semarang.

Pemerintah Daerah Kota Semarang melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang telah membuat program pelatihan dan sosialisasi mengenai Digitalisasi usaha mikro untuk memberdayakan masyarakat dalam hal menggerakkan usaha mikro di Kota Semarang Go Digital baik melalui daring online ataupun luring offline.

Keberhasilan usaha mikro akan lebih terarah dan jelas jika didukung pembinaan langsung dari pemerintah. Dukungan dari pemerintah bisa berupa modal atau *technical support* untuk meningkatkan kualitas keterampilan dari usaha mikro. Upaya digitalisasi oleh dinas dalam rangka pemberdayaan usaha mikro adalah konsep baru dalam pengembangan usaha mikro di Indonesia, masih kurangnya kesadaran dari pemerintah pusat dan daerah serta kesadaran masyarakat untuk mengembangkan usaha dengan benar untuk meningkatkan kualitas produk usaha mikro menjadi salah satu masalah dari keberlanjutan kelompok usaha mikro di perkembangan zaman.

## **1.2. Permasalahan**

Terdapat permasalahan dalam pelaksanaan upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang diantaranya ialah

Pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan oleh dinas apakah sudah baik bagi usaha mikro serta pelaku usaha mikro apakah dapat memahami pemberdayaan yang dilakukan oleh

dinas karena pelaku usaha mikro yang rata – rata di pegang oleh lansia, dimana banyak yang tidak mengetahui mengenai digitalisasi.

Faktor Penghambat dalam pelaksanaan upaya digitalisasi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam rangka pemberdayaan usaha mikro di Kota Semarang yaitu rendahnya minat dan kesadaran pelaku usaha mikro dalam mengikuti perkembangan zaman, kurangnya pengetahuan sumber daya manusia yang ada serta adanya keterbatasan modal.

Upaya yang dilakukan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dalam mengatasi faktor penghambat yaitu melakukan sosialisasi mengenai digitalisasi, untuk kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dinas melaksanakan pelatihan dan workshop, serta untuk mengatasi keterbatasan modal dinas melakukan kerjasama dengan berbagai pihak yang mendorong untuk meningkatkan pengetahuan ataupun fasilitas mengenai digitalisasi.

### **1.3 Penelitian Sebelumnya**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks upaya digitalisasi maupun konteks pemberdayaan masyarakat. Penelitian Muzdalifah, Novie, dan Zaqiyah berjudul Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM *Go-Digital* di Era Pandemi Covid 19 dan Era *New Normal* Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo (Muzdalifah, Novia, dan Zaqiyah, 2020) menemukan bahwa kegiatan pemberdayaan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu para pelaku UMKM Sidoarjo agar tetap bertahan pada masa pandemi covid-19 dan di era new normal. Kegiatan pemberdayaan ini dilakukan dengan 3 tahap yaitu membuat video motivasi, pendampingan melakukan pemasaran online melalui media sosial dan situs jual beli online dan melakukan survei hasil kegiatan. Berdasarkan hasil survei kuesioner yang telah sebarakan melalui angket google form diketahui bahwa para pelaku UMKM sudah melakukan sebagian besar kegiatan bisnisnya secara online dan melakukan pemasaran secara online.

Penelitian Khotimah, Purwati, dan Taufiq berjudul Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dengan Marketing Digital di Era Revolusi Industri 4.0 (Khotimah, Purwati, dan Taufiq, 2020) menemukan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan pertubahan perekonomian, salah satunya adalah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. mengurangi angka pengangguran serta mengentaskan kemiskinan. Oleh karena itu pembangunan ekonomi nasional harus diwujudkan sebagai bentuk mewujudkan pembangunan ekonomi serta demokrasi ekonomi UMKM perlu untuk mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berkembang. Penelitian yang dilaksanakan di Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas terkait digital marketing

merupakan salah satu langkah untuk memberdayakan UMKM di kecamatan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa hal terkait digital marketing yaitu memudahkan interaksi dengan pelanggan secara online, meningkatkan konversi penjualan, hemat biaya promosi, dapat melayani customer secara real-time, membantu menjangkau pengguna smartphome, meningkatkan penjualan dan keuntungan, membantu UMKM siap bersaing dengan kompetitor.

Penelitian Arrizal dan Sofyantoro berjudul Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi (Arrizal dan Sofyantoro, 2020) menemukan bahwa Upaya digitalisasi bagi pelaku usaha Ekonomi kreatif dan UMKM dapat ditempuh dengan digitalisasi hukum dan digitalisasi ekonomi. Digitalisasi hukum dengan cara pendirian dan pendaftaran badan usaha, pendaftaran Hak atas Kekayaan Intelektual secara online, dan pendaftaran izin usaha secara online. Sedangkan digitalisasi ekonomi dapat ditempuh dengan cara mengikuti pelatihan online, melakukan pemasaran secara online di media sosial dan marketplace, perolehan kiat-kiat sukses berusaha di website resmi pemerintah dan media digital.

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

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni upaya digitalisasi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam rangka pemberdayaan usaha mikro di Kota Semarang dengan menggunakan teori dan indikator yang berbeda dari penelitian sebelumnya yakni menggunakan pendapat dari Lucija, Vuksic, and Spremic (2019) yang menyatakan upaya digitalisasi dilakukan dengan 7 dimensi yaitu strategi, sumber daya manusia, organisasi, pelanggan, ekosistem, teknologi, inovasi. Serta pendapat dari Ambar Teguh Sulistyani (Ambar Teguh S., 2017) yang menyatakan bahwa pemberdayaan ada empat tahap yaitu tahap penyadaran dan pembentukan perilaku, tahap transformasi pengetahuan dan kecakapan keterampilan, dan tahap peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan keterampilan.

#### **1.5. Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai pelaksanaan upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro, faktor penghambat serta dalam mengatasi faktor penghambat oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah.

### **III. KAJIAN TEORETIS DAN LEGALISTIK**

#### **Digitalisasi**

Adanya transformasi digital telah menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan. Karena, tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan penerapan transformasi digital merupakan kesatuan antara karyawan dengan para eksekutif yang terampil untuk menghasilkan kekuatan transformatifnya. Namun, kemungkinan digital perlu disatukan dengan karyawan dan eksekutif yang terampil untuk mengungkapkan kekuatan transformatifnya. Dengan demikian, transformasi digital membutuhkan teknologi dan manusia. Transformasi digital didefinisikan sebagai perubahan organisasi yang dipicu oleh teknologi digital. Oleh karena itu, terdapat dua perspektif dalam transformasi digital organisasi yang harus diperhatikan, yaitu teknologi dan manusia.

Menurut (Lucija, Vuksic', and Spremic' 2019), dalam transformasi digital terdapat 7 dimensi, yaitu:

1. Strategi

Setiap organisasi ataupun perusahaan memiliki visinya masing-masing. Untuk mencapai kesuksesan sebuah transformasi digital, perlu adanya kesepahaman visi pada semua pihak yang terlibat di dalamnya. Setiap perusahaan perlu mengembangkan strateginya sesuai dengan kebutuhannya sendiri dan tahapan proses transformasi digitalnya.

2. Sumber Daya Manusia

Dalam upaya mengembangkan budaya digital dan mendapatkan keunggulan kompetitif, organisasi atau perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah untuk memperoleh SDM dengan keterampilan digital. Sumber daya manusia perlu dibekali ilmu dan keterampilan yang berkaitan dengan kemampuan digital. Langkah ini dilakukan agar nantinya sumber daya manusia yang berpartisipasi dalam perusahaan mampu memberikan kontribusi nyata demi kemajuan perusahaan.

3. Organisasi

Transformasi digital tidak dapat beroperasi sendiri dan proyek digital juga tidak dapat dijalankan secara terpisah dari perusahaan lainnya. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan transformasi digital membutuhkan pihak lain untuk melakukan koordinasi dan mengkoordinasikan proses transformasi digital ini

#### 4. Pelanggan

Kualitas dalam pelayanan adalah hal yang sangat perlu diperhatikan. Untuk dapat memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, perusahaan perlu merancang sebuah proses pelayanan secara cepat dan tepat dengan memanfaatkan teknologi digital. Perusahaan perlu merancang ulang produk dan layanan mereka untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, memajukan kualitas layanan, dan menciptakan nilai baru bagi pelanggan.

#### 5. Ekosistem

Tujuan utama penerapan transformasi digital adalah agar lebih melibatkan pelanggan dalam proses perusahaan yang dapat diperoleh melalui platform digital. Dengan demikian, akan tercipta suasana atau ekosistem bisnis yang memposisikan pelanggan sebagai mitra perusahaan.

#### 6. Teknologi

Salah satu hal yang melekat dengan transformasi digital ialah penggunaan teknologi. Dengan semakin berkembangnya zaman, perusahaan telah disuguhkan dengan beragam pilihan teknologi modern. Pemilihan teknologi ini nantinya harus didasarkan pada area digitalisasi yang akan menjadi fokus perusahaan.

#### 7. Inovasi

tuntutan untuk terus melakukan pembaharuan dan penciptaan temuan baru perlu dilakukan oleh perusahaan. Setiap idea tau gagasan inovasi yang muncul perlu diinformasikan kepada semua pihak internal perusahaan.

### **Pemberdayaan**

Selanjutnya, pemberdayaan dianggap sebagai suatu proses yang perlu dilakukan secara berkesinambungan. Proses ini tidak dapat dilakukan secara instan atau dilakukan dalam satu kali proses. Perlu langkah yang bertahap agar tujuan dapat tercapai. Menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2004:83) dalam bukunya yang berjudul “Kemitraan Dan Model – Model Pemberdayaan” dijelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui dalam melakukan pemberdayaan yaitu sebagai berikut :

#### 1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku

Perlunya penyadaran dan membentuk perilaku yang merupakan tahapan dalam mempersiapkan pemberdayaan. Di tahapan ini perilaku pemberdayaan mewujudkan suatu kondisi dimana perlunya mencapai kesadaran tentang memperbaiki kondisi saat ini untuk

mencapai sebuah kondisi di masa depan yang lebih baik. Pada tahapan ini, masyarakat juga didorong untuk membentuk kesadaran dan keinginan untuk belajar. Dengan begitu, masyarakat akan terbuka untuk sebuah perubahan dan akan merasa terus membutuhkan ilmu pengetahuan serta kemampuan guna meningkatkan kualitas di masa sekarang ataupun yang akan datang.

## 2. Tahap transformasi pengetahuan dan kecakapan keterampilan

Pada tahap kedua, masyarakat diperkenalkan tentang ilmu pengetahuan, kecakapan, dan kemampuan sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Melalui pembekalan ilmu ini, maka masyarakat memiliki poin yang lebih unggul. Sehingga, pada akhirnya fokus dan tujuan dari pemberdayaan akan berjalan sesuai dengan sasaran atau tujuan yang ditetapkan.

## 3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan keterampilan

Peningkatan kemampuan serta keterampilan masyarakat dapat membentuk sebuah kemandirian. Kemandirian yang dimaksud tersebut akan terwujud dalam suatu bentuk kreasi dan inovasi serta inisiatif yang diterapkan dalam lingkungannya. Ketika masyarakat sudah berada pada tahap ini, maka mereka mampu menjadi tokoh utama berbagai konteks pembangunan. Dengan begitu, sikap kemandirian telah berhasil terbentuk dan sudah menjadi kebiasaan bagi mereka. Sehingga tidak perlu ada lagi paksaan atau dorongan untuk melakukan sesuatu yang dinilai penting dalam suatu perubahan kemandirian yang tumbuh secara sendiri untuk kemajuan yang lebih baik.

## **Tinjauan Legalistik**

Setiap kegiatan atau program yang akan dilaksanakan pasti dilandasi oleh produk hukum yang mengatur kegiatan tersebut, agar terjadi keserasian dan keteraturan sehingga program dapat dipertanggung jawabkan. Dalam konsep digitalisasi dan pemberdayaan harus memiliki dasar hukum yang jelas. Terdapat beberapa dasar hukum, yaitu:

1. Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
2. Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
3. Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha Mikro dan Kecil



4. Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 53 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Jawa Tengah Nomor 13 Tahun 2013 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
5. Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2019 Tentang Roadmap Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Kota Semarang
6. Peraturan Walikota Semarang Nomor 77 Tahun 2016 Tentang SOTK Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang

#### **IV. METODE**

Penulis Menggunakan metode kualitatif eksploratif dan pendekatan induktif karena ingin menjelajahi atau mengeksplor keadaan atau fenomena agar dapat lebih mengenal dan mengetahui gambaran mengenai suatu permasalahan yang dikaitkan dengan upaya digitalisasi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam rangka pemberdayaan usaha mikro di Kota Semarang. Kemudian penulis memakai pendekatan induktif dikarenakan penulis ingin mengamati secara langsung dengan mengumpulkan data dan informasi (khusus) yang dapat digunakan sebagai pendukung penelitian pada tempat magang sehingga mendapatkan hasil kesimpulan yang umum.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data menggunakan teknik reduksi, penyajian data, dan penyimpulan.

#### **V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam hal ini Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang memberikan pembinaan dan pendampingan kepada pelaku usaha mikro Kota Semarang, serta memberikan berbagai bentuk pemberdayaan berupa pengawasan dan pelatihan kepada usaha mikro. Pelatihan yang diberikan berupa:

- a. Pengenalan mengenai dunia *digital marketing* serta pelatihan packaging dan pemotretan produk yang baik agar sesuai dengan syarat penjualan secara *digital*
- b. Pelaksanaan program kurasi dimana usaha mikro disaring kembali sesuai standar dinas yang dapat masuk ke dalam web marketplace yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang
- c. Pelatihan pemostingan produk di dalam website Dinas yaitu [guloasem.semarangkota.go.id](http://guloasem.semarangkota.go.id) ataupun *marketplace* ternama.

Berikut merupakan daftar tabel jumlah dan jenis usaha mikro di tempat pemasaran produk secara online yang telah disediakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang yaitu Website Marketplace GuloAsem dan Marketplace Tokopedia Semarang Creative Gallery Official data sebagai berikut:

**Tabel 1.**

Jumlah dan Jenis Usaha Mikro di Website Gulo Asem

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Kerajinan Tangan (Tas, Dompet, Sepatu, Sulam Pita)	118
2	Kerajinan Tekstil (Batik, Kaos, Kain, Rajut, Tenun)	26
3	Catering Makanan (Olahan Pangan, Snack, Cemilan, Nasi Box)	538
4	Oleh – Oleh Khas Semarang (Lunpia, Bandeng, Jamu,	26
<b>Total</b>		<b>708</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang, 2021

**Tabel 2.**

Jumlah dan Jenis Usaha Mikro di *Marketplace* Tokopedia Semarang Creative Gallery Official

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Handycraft	43
2	Sepatu dan Sandal	5
3	Tas	6
4	Kerajinan Batik	34
5	Lukis	2
6	Kaos Semarangan	10
7	Aksesoris Fashion	3
<b>Total</b>		<b>103</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang, 2021

Dari data diatas penulis dapat menjelaskan bahwa dari total 17.603 usaha mikro di Kota Semarang hanya sekitar 5% yaitu 811 usaha mikro saja yang terdata sudah terdigitalisasi di *website marketplace* milik dinas maupun toko *online* milik dinas yang bermitra dengan Tokopedia. Dari data tersebut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang melakukan beberapa upaya untuk mendigitalisasikan usaha mikro. Informasi seputar upaya digitalisasi

sebagai program pemberdayaan usaha mikro penulis dapatkan dari wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan. Hasil wawancara akan penulis jabarkan sebagai berikut.

**5.1. Menurut (Lucija, Vuksic', and Spremic' 2019), dalam transformasi digital terdapat 7 dimensi, yaitu:**

1. Strategi

Dalam melakukan pemberdayaan usaha mikro, terdapat strategi yang ditempuh, yaitu melalui Program 4P, yaitu Pelatihan, Pendampingan, Pembiayaan, dan Pemasaran.

2. Sumber Daya Manusia

Pelatihan dan edukasi yang diberikan lebih menekankan kepada peningkatan skill dan keterampilan untuk dapat menemukan inovasi produk dan usaha baru agar meningkatkan pendapatan para pelaku usaha mikro. yang dibuktikan dengan adanya pelatihan.

3. Organisasi

Dinas juga menjalin kerjasama dengan pihak – pihak yang telah memahami dunia digital agar pelaksanaan pelatihan bagi usaha mikro dapat berjalan dengan baik serta pelaku usaha mikro dapat mudah memahami materi yang diberikan oleh mentor – mentor berpengalaman dari marketplace ternama seperti Tokopedia, universitas, ataupun pihak BUMN seperti Telkom.

4. Pelanggan

Dinas memberikan tempat untuk pelaku usaha mikro melakukan konsultasi melalui online yaitu Klinik Bisnis yang dapat diakses melalui whatsapp ataupun Pusat Pelayanan (Pusmeong) yang keduanya milik Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang.

5. Ekosistem

Dinas memberikan kebiasaan kepada pelaku usaha mikro untuk membiasakan dengan dunia digital agar membentuk suatu ekosistem agar menciptakan suasana digital yang kuat yang sesuai dengan indikator dari dimensi ekosistem ini melibatkan digitalisasi dalam kegiatan bisnis dan menjalin komunikasi melalui digital

6. Teknologi

Dinas memberikan pengenalan dengan teknologi kepada pelaku usaha mikro sebagai sarana mereka berkembang karena tuntutan perkembangan zaman dimana digitalisasi dan teknologi yang tepat guna saling berhubungan dan sangat mempengaruhi di dunia bisnis.

7. Inovasi

Adanya inovasi dari dinas yaitu pembuatan aplikasi online dalam mendukung pemberdayaan usaha mikro seperti Ijin Usaha Melalui Online (Ijus Melon) selain mengurus

ijin, ijus melon juga membantu dalam mengetahui usaha mikro di kota semarang yang nantinya dapat membantu dinas dalam menentukan suatu kebijakan serta aplikasi pemasaran online GuloAsem milik dinas yang dapat digunakan oleh usaha mikro di Kota Semarang.

**5.2 Menurut Ambar Teguh Sulistiyani (2017:83) dalam bukunya yang berjudul “Kemitraan Dan Model – Model Pemberdayaan”** dijelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui dalam melakukan pemberdayaan yaitu sebagai berikut :

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku

Bahwa penyadaran perilaku mengenai digitalisasi atau agar pelaku usaha mikro dapat melek teknologi telah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dengan beberapa programnya seperti AMT (Achievement Motivation Training) yang berfungsi untuk memotivasi usaha mikro. Selain itu, dari penuturan pelaku usaha mikro sendiri bahwa Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang juga mengajak beberapa mitra yang paham mengenai dunia digital untuk memberikan pengetahuannya kepada usaha mikro Kota Semarang.

2. Tahap transformasi pengetahuan dan kecakapan keterampilan

Penulis dapat mengetahui bahwa pendampingan telah dilakukan oleh dinas melalui penguatan produk serta pusat pelayanan (Pusmeong) dan melalui online whatsapp Klinik Bisnis untuk melakukan konsultasi seperti mencari informasi pelatihan, keluhan usaha mikro, ataupun saran usaha mikro untuk Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang.

Menurut penuturan dari pelaku usaha mikro bahwa dalam pelaksanaan pendampingan dinas untuk mentransformasi pengetahuan dan kecakapan keterampilan mengenai dunia digital masih kurang karena SDM dari dinas yang dirasa masih kurang mengenai dunia digital serta pelatihan yang diberikan juga sering berubah yang mengakibatkan usaha mikro bingung dan susah memahaminya.

3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan keterampilan

Dalam peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan keterampilan telah dilakukan dengan baik oleh dinas dengan menggandeng beberapa pihak untuk mendukung program “UMKM Go Digital” seperti marketplace ternama di Indonesia ataupun mitra – mitra digital lainnya seperti Ojek Online maupun pihak BUMN seperti Telkom.

Menurut penuturan dari pelaku usaha mikro juga telah dilaksanakan pelatihan namun belum merata kepada seluruh usaha mikro di Kota Semarang.

### **5.3 Faktor Penghambat Upaya Digitalisasi Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah**

1. Rendahnya kesadaran para pelaku usaha mikro mengenai pentingnya digitalisasi di era industri 4.0 saat ini. Masih minimnya pengetahuan mereka tentang teknologi dan perkembangan industri, membuat sebagian pelaku usaha mikro merasa belum membutuhkan penerapan teknologi pada bisnisnya. Kesadaran ini menjadi kunci utama keberhasilan pemberdayaan usaha mikro melalui digitalisasi. Sebab, berangkat dari kesadaran inilah akan terbentuk minat dan berujung pada aksi. Ketika para pelaku usaha mikro sudah tersadarkan akan pentingnya teknologi untuk membantu menunjang bisnis mereka, maka mereka akan berminat dan merasa tertarik pada setiap kegiatan yang berhubungan dengan digitalisasi. Sehingga, pada akhirnya mereka akan berpartisipasi pada setiap kegiatan tersebut.
2. Sumber Daya Manusia yang belum mumpuni di bidang teknologi. Faktor ini berlaku pada kedua belah pihak, yakni Dinas Koperasi dan Usaha Mikro serta para pelaku usaha mikro. Dari sisi dinas terkait, tidak sedikit para pemangku kepentingan masih belum terlalu fasih dan mumpuni dalam mengembangkan teknologi guna memberdayakan para pelaku usaha mikro. Sedangkan dari pihak pelaku usaha mikro, banyak di antara mereka yang sama sekali belum bisa mengoperasikan perangkat digital.
3. Keterbatasan modal dalam mengembangkan teknologi. Dalam mengembangkan berbagai program contohnya aplikasi berbasis digital, tentunya membutuhkan dana yang tidak sedikit. Inilah yang menjadi salah satu faktor penghambat dalam memberdayakan usaha mikro melalui digitalisasi.

### **5.4 Mengatasi faktor penghambat Upaya Digitalisasi Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah**

1. Dalam rangka meningkatkan kesadaran para pelaku usaha mikro, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro secara proaktif mengencarkan kegiatan sosialisasi mengenai pentingnya penerapan digitalisasi. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan secara rutin dan berkala. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada para pelaku usaha mikro agar mereka dapat memiliki pemikiran yang terbuka khususnya mengenai teknologi.
2. Berkaitan dengan rendahnya kapabilitas SDM di bidang teknologi, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro memberikan program pelatihan dan workshop mengenai penerapan teknologi

digital untuk dunia industri khususnya bagi para pelaku usaha mikro. Dengan program ini, para pelaku usaha mikro dapat secara langsung mempraktekkan ilmu yang telah mereka dapatkan selama ini. Sedangkan dari SDM Dinas Koperasi dan Usaha Mikro sendiri, berupaya menggali informasi dari berbagai pihak yang sudah memiliki kapabilitas yang tinggi dalam dunia digital. Dengan begitu, kedua belah pihak sama sama bisa belajar dan mendapatkan hasil yang memuaskan.

3. Berkenaan dengan keterbatasan modal, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dapat melakukan kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari pihak pemerintah hingga swasta. Kerjasama ini bertujuan untuk menciptakan sebuah inovasi baru bagi dunia industri usaha mikro. Dengan cara ini, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dapat terus berinovasi walaupun dengan keterbatasan yang ada.

## **5.5 Diskusi Temuan Utama Penelitian**

Menurut Muzdalifah dkk, pelatihan masyarakat dapat dilakukan dengan menggunakan Video, dimana video ini dibuat dengan tujuan untuk membangun motivasi para pelaku UMKM agar memiliki semangat untuk terus berjuang mengembangkan bisnisnya dimasa pandemi Covid-19. Video ini diunggah pada chanel youtube “Klinik Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo”. Serta adanya pendampingan dari pihak dinas sendiri.

Terkait UMKM *Go-Digital* dapat memudahkan interaksi secara online, meningkatkan konversi penjualan, menghemat biaya promosi, dapat melayani customer secara real-time, membantu menjangkau penggunaan smartphone atau gawai, meningkatkan penjualan dan keuntungan, membantu umkm dalam bersaing dengan kompotitor di era revolusi industri 4.0 sesuai dengan hasil penelitian Khotimah dkk (Khotimah et al., 2020)

Menurut hasil penelitian Arrizal dan Sofyantoro (2020). Pelaku UMKM perlu adanya pelatihan khusus terutama pada bidang digitalisasi di bidang pemasaran dimana membutuhkan bukan hanya softskill namun juga hardskill (Setiyawan, 2013). Kesiapan UMKM pada saat ini, membutuhkan sebuah pelatihan teknologi modern yang memungkinkan dalam industri 4.0 untuk mengoptimalkan produksinya (Sari & Santoso, 2019). Cara untuk menjaga agar UMKM dapat selalu menjadi tulang punggung ekonomi bangsa adalah dengan menerapkan teknologi dalam proses aktivitasnya (Wisswani, 2017).

Pemasaran produk dapat dilakukan di berbagai media sosial yang banyak diminati oleh para calon pembeli. Jika dulu promosi melalui media tradisional (Situasi, 2020). Media sosial tersebut diantaranya Instagram, Whatsapp, Facebook Group, Twitter, dan Marketplace. Selain

media sosial dan marketplace, pemasaran bisa dilakukan melalui Google Maps. Dengan adanya media sosial tersebut pelaku usaha memanfaatkan media sosial dengan mengunggah gambar maupun video yang berisi konten tentang produk yang akan dijual (Dan et al., 2020). Marketplace yang menjadi pilihan pelaku usaha Ekraf dan UMKM diantaranya bukalapak, shopee, tokopedia, akulaku, lazada dan sebagainya. Serta dapat menggunakan media Whatsapp for Business yang menyediakan banyak fitur bagi promosi.

Upaya digitalisasi merupakan suatu program yang penting dimana memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha mikro untuk dapat meningkatkan pemasaran dan juga meningkatkan omset usahanya. Penulis menemukan temuan penting yakni pelaku usaha mikro yang rata – rata pemiliknya lansia (lanjut usia) yang tidak mengetahui mengenai digitalisasi yang menginginkan pemerintah dapat mendukung usaha mikro *go-digital* dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan yang berkelanjutan agar pelaku usaha mikro dapat memahami dengan baik dan runtut serta mudah untuk dimengerti. Selain itu, pelaku usaha mikro juga menginginkan dari pihak sendiri juga sudah memahami mengenai dunia digital agar pelaku usaha mikro dapat mudah menanyakan perihal dunia digital kepada pihak dians terkait.

Adanya upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan usaha mikro ini diharapkan secara jangka panjang mampu mengembangkan usaha mikro, meningkatkan SDM yang masif, sehingga mampu menumbuhkan perekonomian masyarakat melalui usaha mikro yang dapat berdaya saing di pasar dalam negeri maupun luar negeri melalui digitalisasi.

## **5.6 Diskusi Temuan Menarik Lainnya**

Penulis menemukan faktor penghambat dimana sosialisasi yang belum merata namun pada kenyataan dilapangan sosialisasi sudah dilakukan namun dari pihak pelaku usaha mikro yang kebanyakan lansia ataupun ibu rumah tangga yang tingkat kesadarannya masih rendah dan juga mengeluhkan sarana prasarana yang kurang.

## **VI. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penulis terhadap objek Penelitian Upaya Digitalisasi Oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya Digitalisasi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah

- a. Melaksanakan sosialisasi, pelatihan dan program mengenai digitalisasi sudah dilakukan sejak tahun 2015 melalui pendataan usaha mikro yang ada di Kota Semarang menggunakan aplikasi IJUS MELON (Pendaftaran Ijin Usaha Melalui Online). Setelah terdata jumlah dan jenis usaha mikro di Kota Semarang dilakukan sosialisasi dan pelatihan bagi usaha mikro mengenai digitalisasi.
  - b. Pihak dinas dalam melaksanakan sosialisasi dan pelatihan sebagai upaya digitalisasi usaha mikro juga melakukan kerjasama dengan beberapa pihak untuk menjadi mentor/pelatih seperti Universitas, marketplace ternama seperti Tokopedia, Bli-Bli, Shoppe, Ojek Online seperti Gojek dan Grab maupun pihak BUMN seperti Telkom.
  - c. Selain itu, penyediaan media untuk pemasaran online milik Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang seperti website [guloasem.semarangkota.go.id](http://guloasem.semarangkota.go.id), Toko Semarang Creative Gallery Official di marketplace Tokopedia serta pengembangan aplikasi online Si Langit Bumi sebagai pelayanan satu pintu dinas bagi usaha mikro dan konsultasi usaha ataupun penyampaian informasi seperti pelatihan dan lainnya melalui Online di Whatsapp Klinik Bisnis milik dinas.
2. Dalam melakukan pemberdayaan kepada usaha mikro, terdapat beberapa faktor penghambat. Faktor penghambat tersebut yaitu sebagai berikut:
    - a. Masih rendahnya minat dan kesadaran para pelaku usaha mengenai pentingnya penerapan teknologi dalam industri, khususnya di era 4.0 saat ini. Rendahnya minat dan kesadaran ini berakibat pada rendahnya partisipasi mereka dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang.
    - b. Sumber Daya Manusia yang kurang kapabel di bidang teknologi. Minimnya keterampilan SDM dalam menggunakan dan mengembangkan teknologi khususnya untuk kepentingan industri menjadi salah satu faktor penghambat dalam pemberdayaan usaha mikro.
    - c. Keterbatasan modal dalam pemberdayaan usaha mikro, baik dari segi kegiatan ataupun pengembangan teknologi.
  3. Melihat terdapat beberapa faktor penghambat, maka Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang melakukan beberapa upaya untuk menanggulangnya, seperti:
    - a. Memberikan sosialisasi dan pelatihan secara berkala serta berkelanjutan kepada para pelaku usaha mikro mengenai pentingnya digitalisasi di era 4.0 saat ini.
    - b. Mengadakan pelatihan dan workshop guna meningkatkan kecakapan dan keterampilan SDM khususnya di bidang teknologi.



- c. Berkenaan dengan keterbatasan modal, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dapat melakukan kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari pihak pemerintah hingga swasta. Kerjasama ini bertujuan untuk menciptakan sebuah inovasi baru bagi dunia industri usaha mikro. Dengan cara ini, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dapat terus berinovasi walaupun dengan keterbatasan yang ada.

## VII. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian. Orangtua, keluarga terdekat beserta Dosen Pembimbing 1 Prof. Dr. Ir. H. Dahyar Daraba, M.Si. dan Dosen Pembimbing 2 Dr. Azharisman Rozie, M.Si.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambar, Teguh Sulistiyani. (2004). *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media.
- (2017). *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Fokusmedia.
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Grafika Indonesia.
- (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.
- Suriasumantri, Jujun. (2005). *Ilmu dalam Perspektif*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Lucija, Ivancic', Vesna Bosilj Vuksic', and Mario Spremic'. 2019. "Technology Innovation Management Review Mastering the Digital Transformation Process: Business Practices and Lessons Learned." *Technology Innovation Management Review* 9(12): 36–50
- Bowersox DJ, Closs DJ, Drayer RW (2005) The digital transformation: technology and beyond. *Supply Chain Manag Rev* 9(1):22–29
- Laily Muzdalifah, Muhafidhah Novie, Shofiyatus Zaqiyah (2020) Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo
- Sofiatul Khotimah, Atiek Sri Purwati, Muhammad Taufiq (2020) Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Marketing Digital Di Era Revolusi Industri 4.0
- Nizam Zakka Arrizal, S Sofyantoro (2020) Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi
- Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2019 Tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha Mikro dan Kecil

Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 53 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 13 Tahun 2013 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Peraturan Walikota Semarang Nomor 77 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang

Peraturan Walikota Semarang Nomor 17 Tahun 2019 Tentang Roadmap Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Kota Semarang 2016 – 2021