

**ANALISIS PERAN PASAR DIGITAL UMKM
DALAM KEMAJUAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
SEKTOR PELAYARAN DI INDONESIA**

SKRIPSI PENELITIAN

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Diploma IV (D.IV)
Program Studi Transportasi Laut**



Disusun Oleh :

**RIO ALVYRANI
NIT:130405201018**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV TRANSPORTASI LAUT
POLITEKNIK PELAYARAN SUMATERA BARAT**

2024

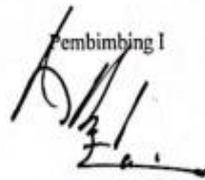
	POLITEKNIK PELAYARAN SUMATERA BARAT	No. Dokumen	: FR-PRODI-TL-24	
		Tgl. Ditetapkan	: 03/01/2022	
		Tgl. Revisi	: -	
		Tgl. Diberlakukan	: 03/01/2022	
PERSETUJUAN MENGIKUTI SEMINAR SKRIPSI				

Nama : Rio Alvyrani
 NIT : 130405201018
 Program Studi : D-IV Transportasi Laut
 Judul : Analisis Peran PT Pupuk Indonesia Logistik Dalam Penerapan
 Akses Pasar Digital UMKM Sektor Pelayaran Di Indonesia

Dengan ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diseminarkan/diujikan.

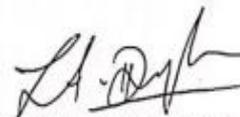
Padang Pariaman, 27 Mei 2024

Menyetujui :

Pembimbing I


NAZARWIN, S.H., M.M.
 NIP. 196301151983031003

Pembimbing II



LANGANDRIANSYAH DWI YATNO, S.E., M.M.
 NIP. 197709092011011004

Mengetahui :

Ketua Program Studi Transportasi Laut



ADHI PRATISTHA SILEN, S.ST., M.M.
 NIP. 197911072002121001

	POLITEKNIK PELAYARAN SUMATERA BARAT	No. Dokumen	: FR-PRODI-TL-23	
		Tgl. Ditetapkan	: 03/01/2022	
		Tgl. Revisi	: -	
		Tgl. Diberlakukan	: 03/01/2022	
PENGESAHAN SKRIPSI				

**ANALISIS PERAN PASAR DIGITAL UMKM
DALAM KEMAJUAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
SEKTOR PELAYARAN DI INDONESIA**

Disusun oleh:

Rio Alvyrani

130405201018

Program Studi Transportasi Laut

Telah dipertahankan di depan penguji skripsi

Politeknik Pelayaran Sumatera Barat

Pada tanggal 31 Mei 2024

Menyetujui:

Penguji I



JULIANDRI HASNUR, S.ST.Mar., M.M.
NIP. 19810719 200901 1 001

Penguji II



SYAFNI YELVI SISKA, M.Pd.
NIDN. 4217019001

Mengetahui:

Ketua Program Studi Transportasi Laut



ADHI PRATISTHA SILEN, S.ST., M.M.
NIP. 19791107 200212 1 001

	POLITEKNIK PELAYARAN SUMATERA BARAT	No. Dokumen	: FR-PRODI-TL-24	
		Tgl. Ditetapkan	: 03/01/2022	
		Tgl. Revisi	: -	
		Tgl. Diberlakukan	: 03/01/2022	
PERNYATAAN KEASLIAN				

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rio Alvyrani
 NIT : 130405201018
 Program Studi : D-IV Transportasi Laut

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis dengan

Judul : Analisis Peran Pasar Digital UMKM Dalam Kemajuan Usaha
 Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Pelayaran Di Indonesia

Merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali tema dan naskah yang saya nyatakan sebagai kutipan. Jika pernyataan di atas terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Politeknik Pelayaran Sumatera Barat.

Padang Pariaman, 31 Mei 2024



RIO ALVYRANI
 NIT. 130405201018

ABSTRAK

Rio Alvyrani, 2024, NIT. 130405201018, “Analisis Peran Pasar Digital UMKM Dalam Kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sektor Pelayaran Di Indonesia”, Skripsi. Program Studi Transportasi Laut, Program Diploma IV, Politeknik Pelayaran Sumatera Barat, Pembimbing I : Nazarwin, Pembimbing II : Langandriansyah Dwi Yatno.

Peran aplikasi Pasar Digital (PaDi) UMKM dalam mendorong kemajuan UMKM sektor pelayaran di Indonesia, dengan fokus pada PT Sinergi Inti Perkasa. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aplikasi PaDi UMKM secara signifikan meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, dan pendapatan UMKM. Sebelum adopsi digitalisasi, mayoritas UMKM memiliki omzet tahunan di bawah 60 juta rupiah, mencakup sekitar 56,98% dari keseluruhan UMKM. Setelah adopsi PaDi UMKM, jumlah UMKM dengan omzet tahunan di bawah 60 juta rupiah menurun menjadi 24,40%, sementara UMKM dengan omzet tahunan 60 juta hingga 300 juta rupiah meningkat menjadi 48,21%.

Pertumbuhan transaksi juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2022, total transaksi melalui PaDi UMKM mencapai Rp28 triliun dan melonjak hampir dua kali lipat pada tahun 2023 menjadi Rp44,1 triliun. PT Pupuk Indonesia Logistik memainkan peran penting dalam mendukung pengenalan dan implementasi aplikasi PaDi UMKM melalui pelatihan, sosialisasi, dan pendampingan intensif. Dukungan ini memungkinkan UMKM sektor pelayaran mengoptimalkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Data transaksi PT Sinergi Inti Perkasa dari Januari hingga Agustus 2023 mencerminkan peningkatan signifikan dalam pendapatan, dengan puncak transaksi pada bulan Juli sebesar Rp183.349.800. Kesimpulannya, aplikasi PaDi UMKM berhasil meningkatkan akses pasar, pendapatan, dan efisiensi operasional UMKM sektor pelayaran di Indonesia.

Kata Kunci : Pasar Digital, UMKM Sektor Pelayaran, PT Pilog

ABSTRACT

Rio Alvyrani, 2023, NIT. 130405201018, “*Analysis Of The Role Of Digital Marketplaces For MSMEs In The Shipping Sector In Indonesia*”, Thesis. Sea Transportation Study Program, Diploma Program IV, Merchant Marine Polytechnic Of West Sumatera, Advisor I : Nazarwin, Advisor II : Langandriansyah Dwi Yatno.

Pasar Digital (PaDi) UMKM application in promoting the progress of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the shipping sector in Indonesia, with a focus on PT Sinergi Inti Perkasa. The research methods used include observation, interviews, and documentation. The findings indicate that the PaDi UMKM application significantly increases market access, operational efficiency, and MSME revenue. Before the adoption of digitalization, the majority of MSMEs had annual revenues below 60 million rupiah, accounting for approximately 56.98% of all MSMEs. After adopting PaDi UMKM, the number of MSMEs with annual revenues below 60 million rupiah decreased to 24.40%, while MSMEs with annual revenues between 60 million and 300 million rupiah increased to 48.21%.

Transaction growth also showed a significant increase. In 2022, total transactions through PaDi UMKM reached Rp28 trillion, nearly doubling in 2023 to Rp44.1 trillion. PT Pupuk Indonesia Logistik played a crucial role in supporting the introduction and implementation of the PaDi UMKM application through training, socialization, and intensive assistance. This support enabled shipping sector MSMEs to optimize digital technology to improve operational efficiency and expand their market reach. Transaction data from PT Sinergi Inti Perkasa from January to August 2023 reflected a significant increase in revenue, peaking in July with transactions amounting to Rp183,349,800. In conclusion, the PaDi UMKM application successfully increased market access, revenue, and operational efficiency for MSMEs in the shipping sector in Indonesia.

Keyword : Digital Marketplaces, MSMEs in the Shipping Sector, PT Pilog

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis telah diberi kesempatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul “ANALISIS PERAN PASAR DIGITAL UMKM DALAM KEMAJUAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEKTOR PELAYARAN DI INDONESIA”.

skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pada jurusan D-IV Transportasi Laut Politeknik Pelayaran Sumatera Barat. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak baik itu berupa motivasi, dorongan, bimbingan serta bantuan material dan non material. Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis berterima kasih kepada

1. Bapak Dr. H. Irwan, S.H., M.Mar.E. selaku Direktur Politeknik Pelayaran Sumatera Barat yang telah memberikan fasilitas kepada saya untuk menyelesaikan studi.
2. Bapak Adhi Pratistha Silen, S.ST., M.M. sebagai Ketua Program Studi Transportasi Laut yang telah banyak memberi motivasi selama menempuh studi di Politeknik Pelayaran Sumatera Barat.
3. Bapak Nazarwin, S.H., M.M. sebagai Pembimbing I dan Bapak Langandriansyah Dwi Yatno, S.E., M.M. sebagai Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan penelitian.

4. Bapak Juliandri Hasnur, S.ST.Mar., M.M. Sebagai Penguji I dan Ibu Syafni Yelvi Siska, M.Pd. sebagai Penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan mengarahkan kami dalam menyelesaikan skripsi kami.
5. Bapak/ Ibu Dosen dan Pengasuh serta Civitas Akademik Politeknik Pelayaraan Sumatera Barat yang dengan sabar mendampingi dan mengasuh saya selama menjadi Taruna.
6. Bapak Direksi dan Karyawan PT Pupuk Indonesia Logistik yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan Praktik Darat dan penelitian di Perusahaan yang dipimpinnya.
7. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya yang telah banyak membantu penulis, teriring doa semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan budi baik yang telah terpatri di sanubari penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini

Padang Pariaman, 31 Mei 2024

Penulis

RIO ALVYRANI
NIT.130405201018

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Keberhasilan adalah hasil dari kerja keras, ketekunan, dan belajar dari kegagalan”. - Collin Powell

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Kedua orang Tua saya, Bapak Syahrani dan ibu Masliana yang selalu mendoakan saya dalam setiap langkah hidup saya dan mendukung saya mengejar impian saya, dengan itu saya akan melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang ayah ibu berikan. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk ayah dan ibu yang saya cintai karena Allah.

Kakak saya Winda Aryani, dan sahabat saya Serlima Anggina yang selalu mendoakan, mendukung, dan menemani di setiap proses hidup saya, terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup saya.

Dosen dan pengasuh selaku orang tua saya di kampus Politeknik Pelayaran Sumatera Barat ini yang terus memberikan semangat, pelajaran, serta pengalaman hidup untuk saya di setiap harinya.

Dan seluruh rekan Taruna / i angkatan V Alcor Major terkhusus *Kompi Sea Transportation* .

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teoritis.....	12
2.1.1 Pengertian Analisis	12
2.1.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	13
2.1.3 Pasar Digital (PaDi) UMKM	21
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	27
2.3 Kerangka Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Jenis Penelitian	30
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2.1 Waktu Penelitian	31
3.2.2 Tempat Penelitian	31
3.3 Sumber Data.....	32
3.4 Teknik Pemilihan Informan	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5.1 Observasi.....	34

3.5.2 Wawancara.....	35
3.5.3 Dokumentasi	36
3.6 Instrumen Penelitian	36
3.6.1 Instrumen observasi	37
3.6.2 Instrumen dokumentasi	37
3.6.3 Instrumen wawancara	38
3.7 Pengujian Keabsahan Data.....	38
3.7.1 Triangulasi Sumber	39
3.7.2 Triangulasi Teknik	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.2 Deskripsi Observasi	45
4.1.3 Deskripsi Wawancara	49
4.2 Temuan Penelitian.....	63
4.3 Pembahasan.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
PEDOMAN WAWANCARA.....	85
PEDOMAN OBSERVASI.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang besar dan memiliki banyak potensi, salah satunya adalah potensi ekonomi. Sebagian besar penduduk Indonesia menjalankan sebuah usaha yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM yang telah dibedakan secara masing-masing yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sebagaimana telah tertuang dalam peraturan perundang-undangan Nomor 20 Tahun 2008. Menurut (Purba, 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah disebut sebagai ujung tombak pembangunan ekonomi dikarenakan UMKM dianggap mampu menyerap tenaga kerja.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu usaha yang berperan penting dalam menurunkan angka kemiskinan dan pengangguran (Allister et al., 2022). UMKM di Indonesia menjadi pilar perekonomian yang dapat mengatasi pengangguran dan memperbaiki perekonomian (Suryati, 2021). UMKM merupakan salah satu usaha yang memiliki peran penting dalam upaya penurunan angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia. UMKM berperan penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, serta pemerataan pendapatan masyarakat

(Aliyah, 2022). UMKM berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan ekonomi untuk itu UMKM sangat dibutuhkan agar dapat memperbaiki keadaan ekonomi masyarakat melalui usaha yang dikembangkan (Srijani, 2020). UMKM sangat penting bagi Indonesia dikarenakan mendukung sebagian besar pertumbuhan ekonomi negara dan juga menyediakan kesempatan kerja bagi masyarakat. UMKM dapat membangun perekonomian disaat keadaan perekonomian mengalami keterpurukan untuk itu UMKM dapat membantu dalam mensejahterakan masyarakat.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), di Indonesia pada Tahun 2015 sampai 2019, terdapat peningkatan jumlah UMKM di setiap tahunnya. Pada Tahun 2019 terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan sebanyak 65,4 juta UMKM, dapat menyerap 123,3 ribu tenaga kerja. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Semakin bertambahnya zaman maka perkembangan teknologi digital semakin berevolusi hingga saat ini memasuki Revolusi Industri 4.0. Saat ini kemajuan teknologi semakin meningkat terutama dalam pertumbuhan perekonomian (Hananto & Sulistyono, 2022). Teknologi digital dapat membantu dalam memperluas penyebaran pasar UMKM (Aisyah & Rachmadi, 2022). Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi

digital dengan mengikuti digitalisasi yang semakin maju (Allister et al., 2022). Dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada dapat membantu dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dipromosikan.

Menurut data pemerintah, terdapat 19 juta pengguna digital UMKM pada tahun 2022. Jumlah yang dimaksud terhitung lebih kecil karena ada 65 juta UMKM yang belum terhubung dengan teknologi digital. Selain itu, dikatakan oleh Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi (Menko Marves) Luhut Binsar Pandjaitan bahwa sekitar 22,68 juta unit UMKM telah berhasil menyelesaikan transisi ke teknologi digital per Juni 2023. Luhut menekankan bahwa UMKM memiliki sumber daya yang penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

PaDi UMKM merupakan sebuah platform digital yang mempertemukan UMKM dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) guna mengoptimalkan, mempercepat dan mendorong efisiensi transaksi belanja BUMN pada UMKM, serta memperluas dan mempermudah UMKM mendapatkan akses pembiayaan. Di samping itu, bagi Kementerian BUMN, platform tersebut akan membantu monitoring belanja BUMN pada UMKM. Terdapat 9 (sembilan) BUMN yang terlibat dalam pengembangan PaDi UMKM, BUMN tersebut diantaranya PT Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom), PT Pertamina, PT Pupuk Indonesia, PT Pegadaian, PT Permodalan Nasional Madani (PNM), PT Pembangunan Perumahan (PP), Waskita Karya, dan Wijaya Karya.

Digitalisasi telah menjadi kunci penting dalam mengubah bisnis UMKM, sebelumnya hanya menggunakan cara konvensional. Namun,

dengan adanya digitalisasi UMKM memiliki peluang besar untuk lebih mengembangkan potensi dan bisnis mereka untuk bersaing di pasar digital. Melalui digitalisasi pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka lebih luas dengan memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial. Dibalik manfaat dari digitalisasi yang memudahkan pelaku UMKM untuk bersaing secara lokal maupun internasional, terdapat tantangan yaitu keterbatasan akses dan pengetahuan teknologi. Salah satu upaya untuk membantu UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut adalah melalui program digitalisasi. Banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal maka untuk itu perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan untuk mengadopsi teknologi digital bagi pelaku UMKM melalui Pasar Digital (PaDi) UMKM.

Atensi DPR

UMKM saat ini menghadapi banyak tantangan di pasar digital, yaitu: 1) keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital; 2) dalam hal pembiayaan, masih banyak UMKM yang belum dapat menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital; 3) standarisasi produk yang belum sesuai dengan pasar ekspor berbasis digital; 4) regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu; dan 5) Inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal. Untuk itu, Komisi VI DPR RI perlu memastikan bahwa dukungan pemerintah kepada UMKM terus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Dukungan pemerintah tersebut diperlukan untuk memperkuat sektor UMKM sehingga UMKM dapat melaksanakan perannya secara optimal dalam perekonomian nasional.

Sumber

ekonomi.bisnis.com, 3 & 4 Desember 2023;
news.detik.com, 4 Desember 2023.

Gambar 1.1. Sumber: <https://id.scribd.com/document/723484655/Isu-Sepekan-V-PUSLIT-November-2023-246>

Banyak sekali UMKM yang tidak menggunakan digitalisasi akibat beberapa hambatan seperti keterbatasan kemampuan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dan literasi digital, dalam hal pembiayaan, masih banyak UMKM yang belum dapat menyusun laporan pembukuan dan

administrasi keuangan secara digital, standardisasi produk yang belum sesuai dengan pasar ekspor berbasis digital, regulasi dan prosedur bisnis lintas batas yang kompleks, mahal, dan memakan waktu, dan Inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitas, serta basis data tunggal.

Pasca Covid-19 UMKM memiliki Perkembangan dan kemajuan yang pesat. Dengan adanya penemuan baru bahwa UMKM di laksanakan secara digital di Indonesia, ditandai dengan adanya pembelian yang biasa di lakukan secara konvensional, atau manual berlanjut ketahap online, dengan hal demikian masih banyak juga sektor UMKM yang tidak terdigitalisasi akibat keterbatasan dan mengakibatkan kalah bersaing dengan UMKM yang sudah terdigitalisasi.

Babak belur Pasar Tanah Abang dihajar pasar digital – 'Sebulan tidak ada pemasukan satu rupiah pun'



BBC INDONESIA

Lantai 3a Pasar Tanah Abang hampir jarang dilalui pembeli karena sebagian besar toko tutup.

26 September 2023

Gambar 1.2 Sumber:

<https://www.bbc.com/indonesia/articles/cj5v8z63n21o>

Sebagai contoh kasus di tahun 2023 Jakarta, dimana Pasar Tanah Abang sepi pengunjung akibat di hajar pasar digital, bahwa Pasar Tanah Abang kalah bersaing akibat dari sosial *e-commerce* yang ada di sosial media seperti siaran langsung tiktok, Facebook, Instagram, dan sebagainya. Perdagangan melalui sosial media lebih mudah cepat dan praktis dibandingkan berjualan dengan secara konvensional akibat tidak mengikuti perkembangan zaman, diketahui bahwa penjual di Pasar Tanah Abang kalah bersaing dengan penjual online, tidak hanya kalah Saing dengan harga murah di yang di pasarkan akibat mata rantai distribusi yang terpotong, penjual rata-rata berumur, juga kalah saing dengan live artis sehingga semakin membuat konsumen untuk berbelanja di online.

PT Pupuk Indonesia Logistik adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan distribusi, dan merupakan bagian dari holding BUMN (Badan Usaha Milik Negara) PT Pupuk Indonesia (Persero). Perusahaan ini didirikan dengan tujuan untuk mendukung dan meningkatkan efisiensi distribusi produk-produk pupuk yang diproduksi oleh PT Pupuk Indonesia dan anak perusahaan lainnya dalam grup. PT Pupuk Indonesia Logistik memiliki peran penting dalam menggerakkan transformasi digital di kalangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Sebagai bagian dari tanggung jawabnya dalam mendukung perkembangan ekosistem UMKM, PT Pupuk Indonesia Logistik telah memperkenalkan inisiatif pasar digital yang bertujuan untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi bagi UMKM. PT Pupuk Indonesia Logistik memberikan kesempatan kepada UMKM untuk terhubung dengan lebih banyak

pelanggan, termasuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sehingga memperluas jangkauan dan meningkatkan potensi penjualan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, PT Pupuk Indonesia Logistik mendorong UMKM untuk mempercepat proses transaksi belanja BUMN, meminimalkan hambatan administratif, dan meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok.

PT Sinergi Inti Perkasa adalah salah satu contoh UMKM yang mengalami penurunan pendapatan akibat tidak mengadopsi digitalisasi dalam operasinya. Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayaran, Sinergi Inti Perkasa telah merasakan dampak negatif dari tidak memanfaatkan teknologi digital dalam mengelola bisnisnya. Tanpa mengikuti perkembangan teknologi digital, Sinergi Inti Perkasa menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Kurangnya kehadiran online membuat perusahaan kesulitan dalam mempromosikan layanan mereka kepada calon pelanggan, sementara pesaing yang telah beralih ke model bisnis digital dapat dengan mudah menjangkau pasar yang lebih luas.



Gambar 1.3 Sumber: Siaran Pers
Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

Sektor pelayaran dan kepelabuhanan harus dapat beradaptasi dengan tingginya demand ini dan mencari jalan keluar agar logistic cost yang merupakan jantung dari perdagangan internasional bisa terjaga, ujar Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto dalam keynote speech yang disampaikan pada webinar Virtual Expo Maritime Indonesia (VEMI) 2021 yang bertema Digitalisasi, Teknologi, & Inovasi di Sektor Maritim yang berlangsung pada Kamis (29/10).

Dalam kasus terkait, perlunya menganalisis bagaimana peran dari aplikasi Pasar Digital (PaDi) UMKM dalam kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sektor pelayaran di Indonesia, dengan mengikuti Perkembangan zaman dan menggunakan teknologi yang berkembang melalui Platform Pasar Digital (PaDi) UMKM. Dengan Hal tersebut penulis Mengambil Judul **“ANALISIS PERAN PASAR DIGITAL UMKM DALAM KEMAJUAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEKTOR PELAYARAN DI INDONESIA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk dapat menganalisis dan memecahkan masalah suatu perusahaan yang diangkat maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1** Bagaimana peran aplikasi Pasar Digital (PaDi) UMKM terhadap kemajuan PT Sinergi Inti Perkasa selaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor pelayaran di Indonesia?
- 1.2.2** Apa upaya PT Pupuk Indonesia Logistik dalam meningkatkan transaksi penjualan PT Sinergi Inti Perkasa melalui Pasar Digital (PaDi) UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan diatas, peneliti membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1.3.1 Untuk mengetahui peran aplikasi Pasar Digital (PaDi) UMKM terhadap kemajuan PT Sinergi Inti Perkasa selaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor pelayaran di Indonesia.

1.3.2 Untuk mengetahui upaya PT Pupuk Indonesia Logistik dalam meningkatkan transaksi penjualan PT Sinergi Inti Perkasa melalui Pasar Digital (PaDi) UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi pihak yang terkait. Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur mengenai digitalisasi UMKM, khususnya dalam konteks pasar digital di Indonesia. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa. Serta dapat meberikan data-data tertulis dengan lengkap tentang perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta sebagai informasi yang bisa dijadikan pedoman oleh taruna junior.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Akademisi

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur mengenai digitalisasi UMKM, khususnya dalam konteks pasar digital di Indonesia.

Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa.

b. Manfaat Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang potensi dan manfaat pasar digital bagi bisnis mereka. Mendapatkan rekomendasi praktis dalam mengoptimalkan pemanfaatan pasar digital untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Serta Mengidentifikasi peluang dan strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing melalui akses Pasar Digital (PaDi) UMKM.

Dengan manfaat-manfaat tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat akses Pasar Digital (PaDi) UMKM di Indonesia, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan susunan kerangka dalam penulisan skripsi, yang terdiri dari susunan bab, untuk memudahkan para pembaca dalam memahami.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai identifikasi masalah yang melatar belakangi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang kajian pustaka yang memuat uraian mengenai ilmu yang terdapat dalam pustaka ilmu pengetahuan

pendukung lainnya serta jelaskan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, kerangka pemikiran yang memuat asumsi-asumsi yang timbul atau terbentuk setelah dalil, hukum dan teori yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian. Bab ini terdiri dari waktu dan tempat penelitian, metodologi pendekatan serta teknik pengumpulan data yang mengungkapkan cara apa saja yang digunakan untuk mengumpulkan data, subjek penelitian yang merupakan informasi tentang subjek yang menjadi fokus penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang deskripsi data yaitu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan, serta temuan penelitian yang ada kaitannya dengan permasalahan yang dibahas sehingga dapat ditemukan penyebab timbulnya masalah, selain itu penulis juga mengemukakan berbagai cara untuk memecahkan masalah yang telah ditentukan dan mengevaluasi pemecahan masalah yang ada.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis menguraikan tentang usaha untuk memberikan kesimpulan dan saran yang berisi jawaban yang telah dibuat berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta saran yang mungkin berguna untuk perusahaan dan pembaca.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Pengertian Analisis

Analisis merupakan suatu kegiatan yang melibatkan pemeriksaan atau penyelidikan suatu peristiwa dengan menggunakan data untuk memahami keadaan yang sebenarnya. Menurut Sugiyono (2019:319) menjelaskan bahwa analisis melibatkan proses mencari dan menyusun data dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya. Langkah-langkah analisis termasuk mengorganisir data, mengurai menjadi unit-unit yang lebih kecil, melakukan sintesis, menyusun pola, memilih informasi yang penting, dan membuat kesimpulan agar temuan dapat dipahami dengan mudah oleh orang lain. Dalam konteks ini, analisis melibatkan proses penyaringan, penguraian, dan klasifikasi data sesuai dengan kriteria tertentu untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan temuan yang dapat dijelaskan dengan jelas dan mudah dimengerti.

Jadi, secara keseluruhan, analisis adalah suatu proses yang sistematis dan terstruktur untuk menggali makna dari data yang ada, membantu pemahaman yang lebih baik tentang suatu topik atau masalah, dan menyajikan temuan dengan cara yang mudah dimengerti oleh orang lain. Dengan melakukan analisis dengan cermat, peneliti dapat mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antar variabel yang relevan, sehingga memungkinkan untuk membuat kesimpulan yang lebih akurat dan bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan dan pengambilan keputusan.

2.1.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam konteks perekonomian Indonesia, peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi semakin penting sebagai pilar utama dalam menjaga ketahanan ekonomi negara. UMKM terbukti memiliki ketahanan yang relatif lebih baik terhadap berbagai guncangan ekonomi, termasuk krisis global. Pentingnya UMKM diakui dan diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang sejalan dengan Ketetapan XVI/MPR-RI/1998 yang menegaskan peran strategis UMKM dalam kebijakan ekonomi yang berpihak pada demokrasi ekonomi. UMKM tidak hanya dianggap sebagai tulang punggung ekonomi, tetapi juga sebagai penopang kesejahteraan sosial, karena mereka memberikan lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk Indonesia dan menjadi sumber penghasilan bagi banyak keluarga. Standar perusahaan untuk UMKM diatur secara ketat oleh undang-undang, yang bertujuan untuk melindungi dan mendorong pertumbuhan sektor ini. UU No. 20 Tahun 2008 menegaskan perlunya penguatan UMKM sebagai bagian integral dari perekonomian nasional. UMKM dilihat sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendistribusikan kekayaan secara lebih merata di seluruh negeri.

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UMKM adalah:

- 1) Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha, memenuhi kriteria yang diatur dalam undang-undang.
- 2) Usaha Kecil merupakan usaha mandiri yang tidak merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang memiliki dan menguasai, serta tidak secara langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari usaha menengah atau besar.
- 3) Usaha Menengah: usaha produktif yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan, yang tidak langsung atau tidak langsung terkait dengan usaha kecil atau besar, sesuai dengan ketentuan undang-undang.

b. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berikut adalah beberapa ciri khas dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Hasanah, 2019) :

- 1) Usaha umumnya dimulai dengan modal terbatas dan tingkat keterampilan yang sederhana pada pemiliknya.
- 2) Terbatasnya sumber dana yang tersedia untuk mendukung operasional bisnis, seperti kredit dari pemasok dan pinjaman dari lembaga keuangan.
- 3) Akses terhadap pinjaman perbankan seringkali terbatas karena kendala seperti kurangnya jaminan atau kebutuhan akan pembukuan yang baik.
- 4) Beberapa pelaku UMKM mungkin belum sepenuhnya memahami pentingnya pencatatan akuntansi, dan bahkan bagi yang sudah

melakukannya, mereka mungkin menghadapi kesulitan dalam menyusun laporan keuangan.

- 5) Secara umum, UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam membangun hubungan yang kuat dengan lembaga keuangan, seperti bank.

c. Jenis-jenis UMKM

Secara umum UMKM bergerak dalam 2 (dua) bidang, yaitu bidang perindustrian dan bidang barang dan jasa. Menurut Keppres No. 127 Tahun 2001, adapun bidang/ jenis usaha terbuka bagi usaha kecil dan menengah di bidang industri dan perdagangan adalah:

- 1) Industri makanan dan minuman olahan yang melakukan pengawetan dengan proses pengasinan, penggaraman, pemanisan, pengasapan, pengeringan, perebusan, penggorengan, dan fermentasi dengan cara-cara tradisional.
- 2) Industri penyempurnaan benang dari serat buatan menjadi benang bermotif/celup, ikat dengan menggunakan alat yang digunakan oleh tangan.
- 3) Industri tekstil meliputi pertenunan, perajutan, pembatikan, dan pembordiran yang memiliki ciri dikerjakan dengan ATB, atau alat yang digerakkan tangan termasuk batik, peci, kopiah, dsb.
- 4) Pengolahan hasil hutan dan kebun golongan non pangan; Bahan bangunan atau rumah tangga: bambu, nipah, sirap, arang, sabut; Bahan industri: getah-getahan, kulit kayu, sutra alam, gambir.

- 5) Industri perkakas tangan yang diproses secara manual atau semi mekanik untuk pertukangan dan pemotongan.
 - 6) Industri perkakas tangan untuk pertanian yang diperlukan untuk persiapan lahan, proses produksi, pemanenan, pasca panen, dan pengolahan, kecuali cangkul dan sekop.
 - 7) Industri barang dari tanah liat, baik yang diglasir, maupun tidak diglasir untuk keperluan rumah tangga.
 - 8) Industri jasa pemeliharaan dan perbaikan yang meliputi otomotif, kapal dibawah 30 GT, elektronik
 - 9) dan peralatan rumah tangga yang dikerjakan secara manual atau semi otomatis.
 - 10) Industri kerajinan yang memiliki kekayaan khasanah budaya daerah, nilai seni yang menggunakan bahan baku alamiah maupun imitasi.
- d. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor Pelayaran

UMKM sektor pelayaran adalah unit usaha mikro, kecil, dan menengah yang beroperasi dalam industri pelayaran dan terkait dengan berbagai aspek kegiatan maritim. Usaha ini meliputi berbagai aktivitas seperti jasa transportasi laut, penyewaan kapal, bongkar muat barang di pelabuhan, jasa logistik maritim, perawatan dan perbaikan kapal, serta layanan pendukung lainnya yang berkaitan dengan industri pelayaran. UMKM sektor pelayaran memainkan peran penting dalam mendukung aktivitas perdagangan dan logistik, terutama di negara kepulauan seperti Indonesia, di mana transportasi laut menjadi tulang punggung perekonomian.

1) Peran UMKM dalam ekonomi maritim

Menurut Badan Pusat Statistik (2021), UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, termasuk dalam sektor maritim. UMKM sektor pelayaran membantu dalam menyediakan layanan transportasi laut yang lebih terjangkau dan efisien, terutama bagi daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh kapal-kapal besar. Studi oleh Kementerian Perhubungan (2020) juga menekankan pentingnya UMKM dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir.

2) Dukungan dan kebijakan pemerintah

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan program untuk mendukung pengembangan UMKM sektor pelayaran. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM memberikan landasan hukum bagi pengembangan UMKM di berbagai sektor, termasuk pelayaran. Selain itu, program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) memberikan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi UMKM. Penelitian oleh *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) (2020) menekankan pentingnya dukungan pemerintah dalam bentuk subsidi, pelatihan, dan penyediaan infrastruktur untuk mendorong pertumbuhan UMKM pelayaran.

e. Masalah-masalah yang dihadapi UMKM

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh (Suyadi et al, 2018) mengenai pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM),

terdapat delapan masalah-masalah utama yang dihadapi oleh para pengusaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu:

1) Permasalahan Modal

- a) Suku bunga kredit perbankan yang masih tinggi sehingga kredit menjadi mahal.
- b) Informasi sumber pembiayaan dari lembaga keuangan nonbank masih kurang.
- c) Sistem dan prosedur kredit dari lembaga keuangan bank dan nonbank terlalu rumit dan memakan waktu yang cukup lama.
- d) Perbankan kurang menginformasikan standar proposal untuk pengajuan kredit, sehingga pengusaha kecil belum mampu membuat proposal yang sesuai dengan kriteria perbankan.
- e) Perbankan kurang memahami kriteria usaha kecil dalam menilai kelayakan usaha, sehingga jumlah kredit yang disetujui sering kali tidak sesuai dengan kebutuhan usaha kecil.

2) Permasalahan Pemasaran

- a) Posisi tawar pengusaha kecil ketika berhadapan dengan pengusaha besar selalu lemah, terutama berkaitan dengan penentuan harga dan sistem.
- b) Asosiasi pengusaha atau profesi belum berperan dalam mengkoordinasi persaingan yang tidak sehat antara usaha yang sejenis.
- c) Informasi untuk memasarkan produk masih kurang, misalnya produk yang diinginkan, potensi pasar dan memasarkan produk.

- 3) Permasalahan bahan baku
 - a) Suplai bahan baku untuk usaha kecil kurang memadai dan berfluktuasi. Ini disebabkan karena adanya pembeli besar yang menguasai bahan baku.
 - b) Harga bahan baku masih terlalu tinggi
 - c) Kualitas bahan baku rendah karena tidak adanya standarisasi dan adanya manipulasi kualitas bahan baku.
 - d) Sistem pembelian bahan baku secara tunai menyulitkan pengusaha kecil, sementara pembayaran penjualan produk umumnya tidak tunai.
- 4) Permasalahan teknologi
 - a) Tenaga kerja terampil sulit diperoleh dan dipertahankan karena lembaga pendidikan dan pelatihan yang ada kurang dapat menghasilkan tenaga kerja terampil yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil.
 - b) Asas dan informasi sumber teknologi masih kurang dan tidak merata.
 - c) Spesifikasi peralatan yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil sukar diperoleh.
 - d) Khususnya lembaga pengkajian teknologi yang ditawarkan pasar kepada pengusaha kecil sehingga teknologi tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.
 - e) Peran instansi pemerintah, nonpemerintah dan perguruan tinggi dalam mengidentifikasi, menemukan, menyebarluaskan dan

melakukan pembinaan teknis tentang teknologi baru atau teknologi tepat guna bagi uasah kecil masih kurang intensif.

5) Permasalahan manajemen

- a) Pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usaha sulit ditemukan karena pengetahuan pengusaha relatif rendah.
- b) Pemisahan antara manajemen keuangan perusahaan perusahaan dan keluarga belum dilakukan sehingga pengusaha kecil mengalami kesulitan dalam mengontrol atau mengatur cash flow serta dalam membuat perencanaan dan laporan keuangan.
- c) Kemampuan pengusaha kecil dalam mengorganisasikan diri dan karyawan masih lemah sehingga terjadi pembagian kerja yang tidak jelas.
- d) Pelatihan tentang manajemen dari berbagai instansi kurang efektif karena materi yang terlalu banyak tetapi tidak sesuai dengan kebutuhan.
- e) Produktivitas karyawan masih sehingga pengusaha kecil sulit memenuhi ketentuan UMR.

6) Permasalahan sistem birokrasi

- a) Perizinan yang tidak transparan, mahal, berbelit-belit, diskriminatif, lama, dan tidak pasti serta terjadi tumpang tindih dalam mengurus perizinan.
- b) Penegakan dan pelaksanaan hukum dan berbagai ketentuan masih kurang serta cenderung kurang tegas.

- c) Pengusaha kecil dan asosiasi usaha kecil kurang dilibatkan dalam perumusan kebijakan tentang usaha kecil.
 - d) Pungutan atau biaya tambahan dalam pengurusan perolehan modal dari dana penyisihan laba BUMN dan sumber modal lainnya cukup tinggi.
 - e) Banyak pungutan yang sering kali tidak disertai pelayanan yang memadai.
- 7) Ketersediaan infrastruktur
- Listrik, air, dan telepon berarti mahal dan sering kali mengalami gangguan di samping pelayanan petugas yang kurang baik.
- 8) Pola kemitraan
- a) Kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar dalam pemasaran dan sistem pembayaran baik produk maupun bahan baku dirasakan belum bermanfaat.
 - b) Kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar dalam transfer teknologi masih kurang.

2.1.3 Pasar Digital (PaDi) UMKM

a. Pengertian Pasar Digital UMKM

Pasar Digital UMKM, atau yang lebih dikenal dengan sebutan PaDi UMKM, merupakan sebuah platform digital yang diprakarsai oleh Kementerian BUMN, bekerja secara sinergis dengan BUMN, Kementerian UMKM, dan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang Jasa Pemerintah. Peluncuran resmi PaDi UMKM dilakukan pada tanggal 17

Agustus 2020, bertepatan dengan perayaan Hari Kemerdekaan Indonesia yang ke-75. Tujuan utama dari Pasar Digital UMKM adalah untuk memberikan akses pasar yang lebih luas kepada UMKM dalam pengadaan barang dan jasa oleh pemerintah, terutama oleh BUMN. Pasar Digital UMKM merupakan Pasar Digital yang mengacu pada lingkungan bisnis yang beroperasi secara online melalui internet. Ini adalah tempat di mana transaksi jual-beli barang, layanan, atau informasi dilakukan secara elektronik, melalui platform dan aplikasi online.

Pasar Digital UMKM merupakan bagian dari *digital marketing*. Salah satu aspek penting dari *digital marketing* adalah penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Media sosial memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen, membagikan informasi produk, dan mempromosikan penawaran mereka dengan cara yang lebih personal dan terarah. Aktivitas pemasaran dapat dilakukan secara intensif menggunakan media komputer, mulai dari penawaran produk, proses pembayaran, hingga pengiriman barang.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) memberikan harapan bagi UMKM untuk

berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Pelaku UMKM mengkolaborasikan media promosi dan media distribusi berbasis digital untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Saat ini, hampir seluruh usaha UMKM atau bahkan usaha restoran dan makanan cepat saji menggunakan media promosi dan media distribusi berbasis *digital marketing*. Beberapa usaha yang cenderung ingin bertahan dalam kehidupan offline justru perlahan mengalami kemunduran, Jenis usaha makanan dan minuman menjadi usaha UMKM yang paling banyak digeluti oleh pelaku UMKM dan bermanfaat untuk pengurangan angka pengangguran (Adya dan Andi, 2022:170).

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu (Adya dan Andi, 2022:171).

Dalam pemasaran digital, kegiatan promosi, penjualan, dan pengiriman produk dapat dilakukan melalui media komputer dan platform online. Hal ini tidak hanya lebih efisien dalam hal biaya, tetapi

juga memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam mencapai target pasar yang lebih luas. Pemasaran digital memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dengan pelanggan potensial tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk iklan di media tradisional. Dengan menggunakan strategi *digital marketing* yang tepat, mereka dapat menghemat biaya sambil tetap mencapai hasil yang memuaskan. Dengan demikian, di era digital ini, organisasi bisnis perlu cerdas dalam memanfaatkan teknologi untuk melakukan aktivitas pemasaran yang efektif dengan biaya yang rendah, sejalan dengan pandangan (Nurrohman, 2019).

b. Keuntungan bergabung dengan Pasar Digital (PaDi) UMKM

Bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, banyak sekali tentunya keuntungan yang bisa didapatkan ketika bergabung dengan Pasar Digital UMKM. Fitur-fitur di dalam PaDi UMKM sangat mendorong UMKM Indonesia untuk meningkatkan kompetensi dan mengembangkan UMKM secara sistematis pada skala nasional maupun global untuk menjadi penggerak utama ekonomi bangsa.

1) Akses lokal dan global *e-commerce*

Dengan bergabung dengan pasar digital UMKM akan mendapatkan akses berjualan pada pasar *e-commerce* baik di dalam maupun di luar negeri. Akses lokal dalam *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan preferensi lokal, seperti bahasa, budaya, dan kebiasaan belanja. Ini memungkinkan pemasaran yang lebih terarah dan koneksi yang lebih erat dengan pelanggan di wilayah tertentu. Sementara akses global membuka

pintu bagi eksposur yang lebih besar, peningkatan jumlah pelanggan potensial, dan kesempatan untuk pertumbuhan skala yang lebih besar karena dapat menjangkau pelanggan dari berbagai belahan dunia tanpa batasan geografis. Kombinasi keduanya dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi bisnis *e-commerce*.

2) Kemudahan proses pembiayaan

UMKM bisa mengajukan permintaan pembiayaan dari BUMN terpercaya, seperti, Bank Mandiri, BRI, Pegadaian dan PNM. Kemudahan proses pembiayaan dalam *e-commerce* memberikan keuntungan besar bagi pelanggan. Ini termasuk opsi pembayaran yang fleksibel seperti pembayaran cicilan, pembiayaan langsung dari platform *e-commerce*, atau kerja sama dengan lembaga keuangan untuk penawaran kredit yang lebih mudah. Keuntungan ini memungkinkan konsumen untuk memperoleh produk atau layanan dengan lebih mudah tanpa harus membayar secara penuh di awal, sehingga memperluas aksesibilitas produk dan meningkatkan daya beli konsumen.

3) Pasar yang pasti di perusahaan BUMN

UMKM tidak perlu repot memasarkan produk karena sudah mendapatkan pelanggan tetap dari perusahaan BUMN. Pasar yang pasti di perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) seringkali terkait dengan aspek kepastian dan stabilitas. BUMN sering memiliki pengaruh yang kuat dalam pasar tertentu karena mendapat dukungan atau perlindungan dari pemerintah. Keuntungan dari pasar yang pasti

di BUMN mencakup stabilitas penjualan yang lebih tinggi karena adanya keterkaitan dengan kebijakan pemerintah, kesempatan untuk melakukan ekspansi atau penetrasi pasar yang lebih besar karena dukungan infrastruktur yang ada, serta kepercayaan konsumen yang umumnya tinggi terhadap produk atau layanan yang dikeluarkan oleh entitas yang dimiliki negara.

4) Kepastian pembayaran

UMKM bisa mendapatkan kepastian pembayaran karena termonitor langsung oleh manajemen dan Kementerian BUMN. Melalui monitoring langsung, ada jaminan bahwa proses pembayaran dapat diawasi secara ketat, meminimalisir kemungkinan keterlambatan atau ketidakjelasan pembayaran yang seringkali dialami UMKM ketika berbisnis dengan entitas yang lebih besar. Adanya pengawasan dari manajemen dan Kementerian BUMN juga memberikan kepastian bahwa UMKM akan diperlakukan secara adil dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Hal ini memperkuat kepercayaan UMKM terhadap pembayaran yang mereka terima dan membantu mereka dalam merencanakan *cash flow* serta pertumbuhan bisnis dengan lebih baik.

5) *Feedback* dan penilaian produk

UMKM bisa langsung mendapatkan saran untuk meningkatkan kualitas produk atau jasa yang mereka jual. *Feedback* dan penilaian produk memiliki keuntungan besar dalam dunia *e-commerce*. Ulasan dari pelanggan sebelumnya dapat membantu calon pembeli dalam

membuat keputusan yang lebih baik. Selain itu, bagi penjual, *feedback* dan penilaian produk memberikan wawasan langsung mengenai kualitas, kekurangan, atau kelebihan dari produk yang mereka tawarkan. Hal ini memungkinkan penjual untuk memperbaiki produk mereka dan meningkatkan pengalaman pelanggan di masa mendatang. Secara keseluruhan, *feedback* dan penilaian produk membentuk transparansi, membangun kepercayaan, serta memberikan kesempatan untuk perbaikan produk dan layanan yang ditawarkan.

2.2 Penelitian Yang Relevan

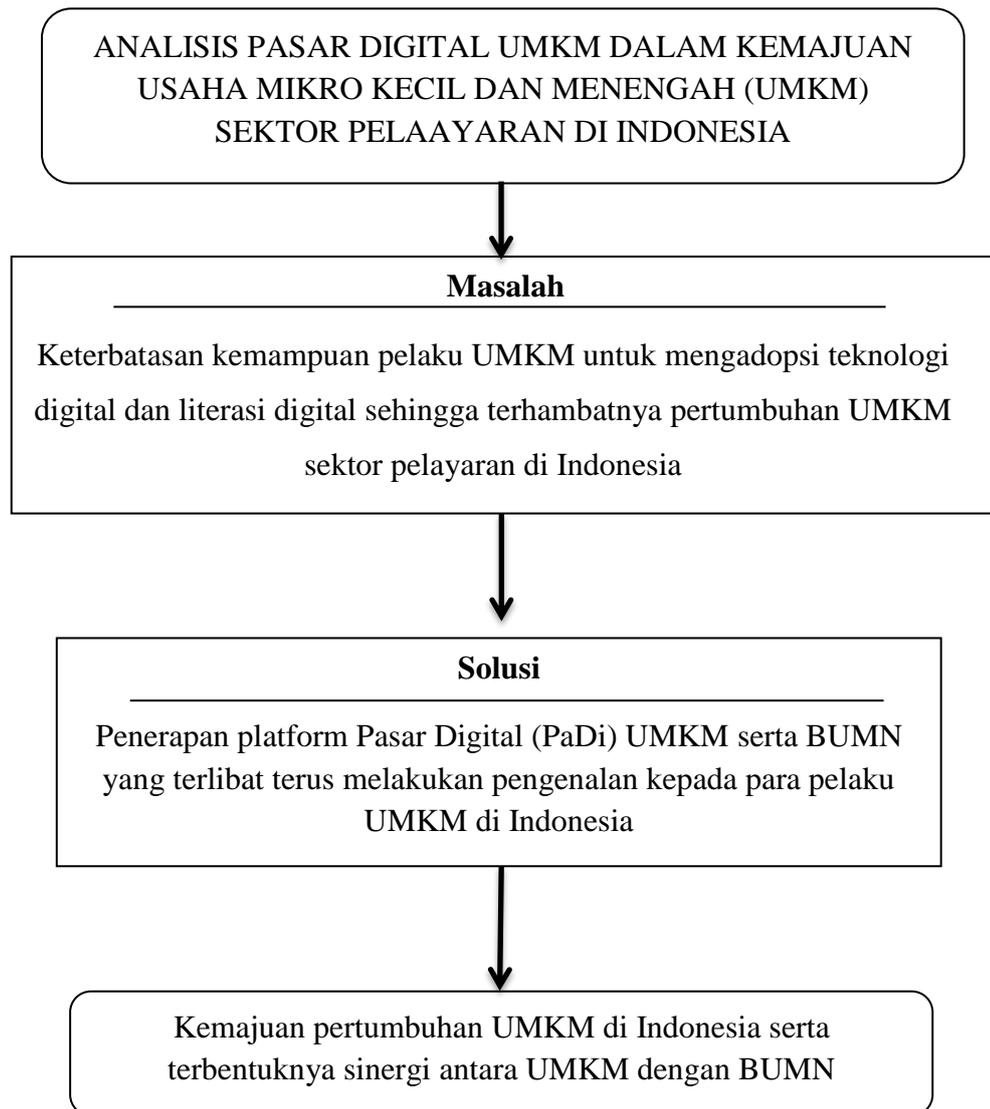
Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian Mustikawati (2019), yang berjudul “Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo Kota Baru”, menunjukkan bahwa dengan menerapkan Sistem Digital dalam penjualan bunga, pedagang mengalami peningkatan pendapatan sebesar 189% dalam penjualannya. Persamaan di atas dengan skripsi penulis yaitu, upaya penerapan digital marketing/ *e-commerce* bagi para pelaku UMKM. Perbedaan penelitian di atas adalah penelitian peneliti mencakup peran peneliti dalam memperkenalkan digital marketing berupa platform PaDi UMKM ke UMKM sektor pelayaran di Indonesia.
- b. Hasil penelitian Rahmawati dan Ikaningtyas (2023), yang berjudul “Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack di Kebumen”, menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing

berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan UMKM seperti sebit *snack*, dengan menggunakan teknologi digital dan media sosial UMKM dapat memperluas akses pasar, meningkatkan visibilitas merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan potensial. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi penulis yaitu, upaya penulis untuk menerapkan digital marketing untuk mendukung UMKM. Perbedaan penelitian di atas berupaya untuk memperkenalkan digital marketing bagi UMKM penjualan *snack*, sedangkan peneliti memperkenalkan perkembangan dan Pertumbuhan digital marketing ke para UMKM di Indonesia yang berupa platform Pasar Digital (PaDi) UMKM.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir ini merupakan tahap awal yang diperlukan guna memetakan serta merumuskan pemahaman yang mendalam mengenai tema penelitian yang akan peneliti lakukan. Dalam kerangka pikir ini, peneliti mencoba menjabarkan secara konseptual landasan teoritis, konteks permasalahan, dan pemikiran awal yang menjadi dasar dalam menggagas penelitian yang lebih mendalam ke depannya. Adanya upaya untuk menggali peran pasar digital UMKM dalam kemajuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan cerminan urgensi serta relevansi yang dirasakan terhadap dinamika ekonomi digital di Indonesia, khususnya dalam mendukung pertumbuhan sektor UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi bangsa.



Gambar 2.1
Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Jenis Penelitian

Menurut jenisnya penelitian ini termasuk kedalam bagian penelitian kualitatif. menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori (Abdussamad, 2021: 81).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yakni suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada penelitian, sehingga dapat memperoleh data secara umum dan menyeluruh tentang keadaan di lapangan. Menurut Bogdan dan Biklen dalam (Sugiyono, 2020:7) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah pengumpulan data yang berbentuk katakata atau gambar-gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Data yang terkumpul