



KEMAMPUAN LITERASI DALAM DIGITALISASI UMKM

Adelin, S.T., M.Kom.

Dr. Febrianty, S.E., M.Si.

Mutiara Lusiana Annisa, S.E., M.Si.

Andika Widyanto, S.Kom, M.Kom.

Rendy Almaheri Adhi Pratama, S.Kom., M.Kom.

KEMAMPUAN LITERASI DALAM DIGITALISASI UMKM

Adelin, S.T., M.Kom.

Dr. Febrianty, S.E., M.Si.

Mutiara Lusiana Annisa, S.E., M.Si.

Andika Widyanto, S.Kom, M.Kom.

Rendy Almaheri Adhi Pratama, S.Kom., M.Kom.



UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Palembang © 2022, Kemampuan Literasi dalam Digitalisasi UMKM

Adelin, S.T., M.Kom., Dr. Febrianty, S.E., M.Si., Mutiara Lusiana Annisa, S.E.,
M.Si.

Andika Widyanto, S.Kom, M.Kom.,
Rendy Almaheri Adhi Pratama, S.Kom., M.Kom.

Editor : Dr. Febrianty, SE, M.Si
Perancang Sampul : Jenri Ambarita, M.Pd.K.
Layouter : Rizki Amalia, A.Md, Ak

Diterbitkan oleh
Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT
Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Referensi | Non Fiksi | R/D

IX + hlm. ; 15,5 x 23 cm

No ISBN : 978-623-448-346-8

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis termasuk fotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa izin tertulis dari penerbit. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang

Hak Cipta.

All right reserved

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah semata yang telah memberikan sekian banyak nikmat dan karunia-Nya kepada penulis, hingga penulis tidak mampu untuk menghitungnya. Atas berkat nikmat dan karunia tersebut, penulis dapat menyelesaikan penulisan sebuah buku dengan judul “Kemampuan Literasi dalam Digitalisasi UMKM”.

Buku ini berisi enam bab yakni terdiri atas bab pertama mengenai perkembangan digitalisasi UMKM, bab kedua membahas mengenai tantangan transformasi digital pada UMKM, bab ketiga yakni berisi tentang berbagai dukungan Pemerintah dan berbagai pihak untuk digitalisasi UMKM. Bab Keempat yakni kemampuan dan penguatan literasi digital UMKM, bab kelima manfaat literasi digital bagi UMKM dan pelaksanaan strategi bisnis. Terakhir bab Keenam yakni berisi penutup.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun akan diterima dengan tangan terbuka. Akhir kata, penulis berharap semoga buku ini dapat menjadi sebuah sumbangan yang berarti bagi ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi banyak pihak.

Palembang, Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I	1
PERKEMBANGAN DIGITALISASI UMKM	1
A. Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	1
B. Pengembangan Bisnis UMKM Era Digitalisasi di Indonesia	4
C. Perkembangan Digitalisasi saat New Normal	12
D. Strategi Analisis SWOT Terhadap Digitalisasi Terhadap UMKM	15
BAB II	19
TANTANGAN TRANSFORMASI DIGITAL PADA UMKM	19
A. Tantangan UMKM di Era Digital	19
B. Transformasi Digital	22
C. Tantangan Utama Transformasi Digital bagi UMKM	24
D. Peluang Transformasi Digital	30
BAB III	34
BERBAGAI DUKUNGAN PEMERINTAH DAN BERBAGAI PIHAK UNTUK DIGITALISASI UMKM	34
A. Dukungan Pemerintah	34
B. Dukungan Bank Indonesia	37
C. Dukungan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	39
D. Dukungan Online Store	43
BAB IV	52
KEMAMPUAN DAN PENGUATAN LITERASI DIGITAL UMKM	52
A. Literasi Digital	52
B. Tujuan Literasi Digital	55
C. Elemen untuk Meningkatkan Literasi Digital	59
D. Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	60
E. Penguatan Literasi Digital UMKM	65
BAB V	69
MANFAAT LITERASI DIGITAL BAGI UMKM DALAM PELAKSANAAN STRATEGI BISNIS	69
A. Manfaat Digitalisasi UMKM	69
B. Manfaat Literasi Digital	70
C. Manfaat Alat Pembayaran Non Tunai Bagi UMKM	72
D. Strategi Bisnis Literasi Digital	75
BAB VI	79
PENUTUP	79
DAFTAR PUSTAKA	82
GLOSARIUM	87
PROFIL PENULIS	93

BAB I

PERKEMBANGAN DIGITALISASI UMKM

A. Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UU UMKM 2008	PP UMKM NO.7/2021
KRITERIA UMKM UMKM diklasifikasikan menurut kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih adalah jumlah aset sesudah di kurangi dengan hutang atau kewajiban.	KRITERIA UMKM UMKM diklasifikasikan menurut kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha yakni modal sendiri dan modal pinjaman untuk melakukan aktivitas usaha.
KEKAYAAN BERSIH/MODAL USAHA 1. Usaha Mikro: Paling banyak Rp50 juta 2. Usaha Kecil: Lebih dari Rp50 juta – paling banyak Rp500 juta 3. Usaha Menengah: Lebih dari Rp500 juta – paling banyak Rp10 miliar Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.	KEKAYAAN BERSIH/MODAL USAHA 1. Usaha Mikro: Paling banyak Rp1 miliar 2. Usaha Kecil: Lebih dari Rp1 miliar – paling banyak Rp5 miliar 3. Usaha Menengah: Lebih dari Rp5 miliar – paling banyak Rp10 miliar Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
HASIL PENJUALAN TAHUNAN 1. Usaha Mikro: Paling banyak Rp300 juta 2. Usaha Kecil: Lebih dari Rp300 jt – paling banyak Rp2,5 miliar 3. Usaha Menengah: Lebih dari Rp2,5 miliar – paling banyak Rp50 miliar	HASIL PENJUALAN TAHUNAN 1. Usaha Mikro: Paling banyak Rp2 miliar 2. Usaha Kecil: Lebih dari Rp2 miliar – paling banyak Rp15 miliar 3. Usaha Menengah: Lebih dari Rp15 miliar – paling banyak Rp50 miliar

Sumber: <https://peraturan.bpk.go.id/>

Sumber : <https://Peraturan.bpk.go.id>

Gambar 1.1 Perbandingan kriteria UMKM

Sebelum adanya PP No.7 Tahun 2021, kriteria UMKM 2021 secara khusus sudah diatur pada UU UMKM. Dengan lebih terperinci, kriteria UMKM diatur pada Pasal 6 UU UMKM diantara keduanya, terdapat perbedaan yang mencolok. Sebagai perbandingan, berikut ini perbedaannya: Penting bagi para pengusaha untuk memahami perkembangan regulasi yang berkaitan dengan bisnisnya. Selain sebagai wujud kesadaran akan

hal sekitar, memahami regulasi terkini bisa menjadi dasar penentu langkah yang akan diambil di kemudian hari.

PP No. 7 Tahun 2021 memuat beragam regulasi kebijakan pada aspek kemudahan pendirian usaha, perizinan, fasilitasi, akses pembiayaan, akses ke rantai pasok, sampai akses pasar bagi koperasi dan UMKM. Sebanyak 49 peraturan turunan dari UU No. 11 Tahun 2020 perihal Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) sudah diundangkan pada 2 Februari 2021. Di antara 49 peraturan turunan tersebut, salah satu yang diundangkan yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 perihal Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (PP No. 7 Tahun (2021)

Sebelumnya, UU UMKM menerapkan kriteria UMKM yang didasarkan pada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Tetapi, kriteria ini diubah melalui UU Ciptaker. Dalam UU Ciptaker, ukuran yang dipakai yakni berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Patut diketahui, UU Cipta Kerja sudah merubah sebagian ketentuan yang ada berlaku di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 perihal Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Salah satu ketentuan yang diubah yakni mengenai kriteria dari UMKM itu sendiri. Tetapi UU Cipta Kerja cuma menetapkan kriterianya saja, tanpa mendeskripsikannya secara terperinci. Sehingga, hanya diamanatkan untuk diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah (PP). Hal ini terjawab pada PP UMKM, tepatnya pada Pasal 35-36 PP UMKM 2021. Dalam pasal itu, diatur bahwa pengelompokan UMKM didasarkan atas modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha diterapkan untuk pengelompokan UMKM yang baru mau didirikan sesudah PP UMKM berlaku. Sementara kriteria penjualan tahunan dipakai untuk

pengelompokkan UMKM yang sudah ada sebelum PP ini berlaku.

Tak cuma menerapkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan, melainkan PP 7 tahun 2021 juga mengatur kriteria-kriteria lain yang bisa digunakan. Menurut Pasal 36 ayat (1) PP 7/2021, untuk kepentingan tertentu, kementerian/institusi bisa memakai kriteria omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penggunaan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria tiap-tiap sektor usaha. Adapun penerapan kriteria-kriteria tersebut dilaksanakan oleh menteri teknis atau pimpinan institusi dengan wajib menerima pertimbangan dari Menteri Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Lebih lanjut, kriteria modal usaha UMKM terbaru berdasarkan Pasal 35 ayat (3) PP 7 tahun 2021 adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Mempunyai modal usaha hingga dengan paling banyak Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2. Usaha Kecil

Mempunyai modal usaha lebih Rp1 - 5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

3. Usaha Menengah

Mempunyai modal usaha Rp5 - 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Meski demikian, terdapat pengecualian untuk tidak memakai kriteria modal usaha. Dalam hal pengecualian yang demikian, yang dipakai yaitu kriteria hasil penjualan tahunan.

Adapun kriteria hasil penjualan tahunan yang dimaksud dalam Pasal 35 ayat (6) PP 7/2021 yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Mikro
Mempunyai hasil penjualan tahunan hingga dengan paling banyak Rp2 miliar.
2. Usaha Kecil
Mempunyai hasil penjualan tahunan Rp2 - 15 miliar.
3. Usaha Menengah
Mempunyai hasil penjualan tahunan Rp15 - 50 miliar.

Baik kriteria modal usaha ataupun hasil penjualan tahunan yang demikian masih bisa diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian. Optimalisasi Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam peningkatan perekonomian daerah. Berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021 Pasal 37 Usaha mikro, kecil, dan menengah dalam melakukan kegiatan usahanya harus memiliki perizinan berusaha.

B. Pengembangan Bisnis UMKM Era Digitalisasi di Indonesia

Keberadaan usaha UMKM di sektor mikro, kecil, menengah maupun besar sangat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia bahkan jadi penyumbang terbesar pendapatan negara berasal dari sektor UMKM. Saat ini pemerintah sedang berupaya meningkatkan akses dan transfer teknologi untuk mengembangkan para pengusaha atau pelaku UMKM

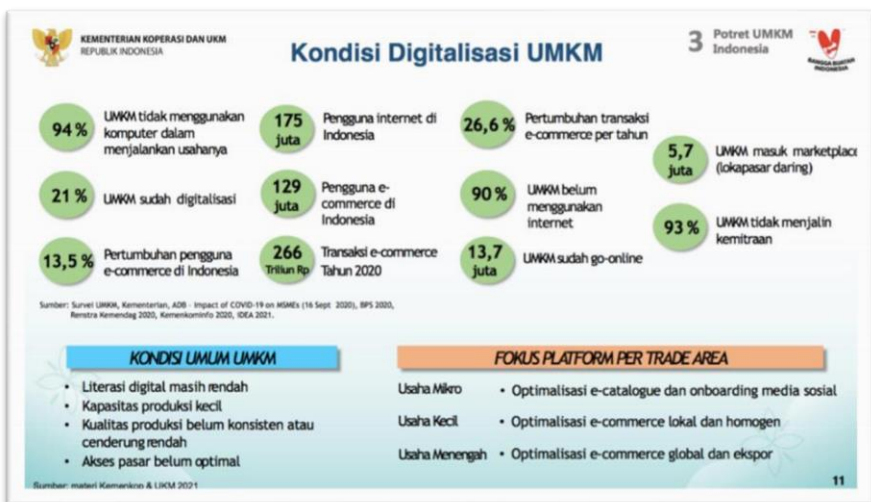
inovatif dengan cara pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sehingga diharapkan mampu bersaing dengan pelaku bisnis UMKM asing.

Di Indonesia implementasi pemanfaatan teknologi digitalisasi UMKM tergolong masih rendah, banyak UMKM yang berskala kecil maupun yang berskala sedang belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi digitalisasi padahal bisnis UMKM di Indonesia jumlahnya meningkat tajam, apalagi dimasa Pandemi Covid 19 saat ini terjadi. Industri UMKM dalam menjalankan usahanya yang tidak menggunakan komputer jumlahnya sekitar 94% sedangkan UMKM yang menggunakan digitalisasi sebanyak 21%, kondisi umum ini dipicu dari pengetahuan literasi digital UMKM masih rendah, hingga memberikan efek kapasitas produksi kecil, kualitas produksi belum konsisten, dan akses pasar belum optimal.

Berdasarkan Renstra KEMENKOP UKM 2020-2024 terkait isu ekonomi digital UMKM yang terdata yaitu disebabkan karena:

1. Rendahnya UMKM yang terjalin dalam kemitraan, termasuk berjejaring dalam rantai nilai global (Global Value Chain).
2. Rendahnya pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usahanya, termasuk digitalisasi.
3. Terdapat kesenjangan (akses) digital, tingkat literasi digital yang rendah di daerah-daerah yang menjadi target program, tingkat keaktifan pemerintah daerah, dan pendampingan terhadap UMKM tidak memungkinkan untuk dilakukan secara intensif.

4. UMKM yang memanfaatkan teknologi digital untuk akses pasar masih rendah.
5. Sinergitas regulasi dan tata kelola e-commerce dengan tujuan melindungi kepentingan pelaku UMKM.
6. Pengamanan aktivitas perdagangan digital melalui pengawasan produk di e-commerce.
7. Penyiapan infrastruktur online untuk platform e-commerce bagi para pedagang di pasar rakyat.
8. Penguatan ekosistem offline, seperti: packaging dan branding, untuk membantu para pedagang melakukan penetrasi pasar dan menggapai konsumennya.



Sumber : Menteri Kemenkop & UKM, 2021

Gambar 1.2 Kondisi Digitalisasi UMKM

Melihat fenomena ini maka perlu dilakukan sosialisasi, pembinaan dan pelatihan bagi UMKM agar mereka paham teknologi digital, karena jika UMKM

hanya mengandalkan bisnisnya secara manual tentunya akan kalah bersaing dengan yang lainnya, dan ini bisa berdampak buruk bagi UMKM tersebut. Menurut Khairin et al. (2021), ada 5 upaya atau langkah yang dilakukan oleh pihak pemerintah dalam mempercepat transformasi digital, yaitu :

1. Melakukan percepatan perluasan akses dan peningkatan infrastruktur digital dan penyediaan layanan internet.
2. Mempersiapkan roadmap transformasi digital disektor- sektor strategis. Baik di sektor pemerintahan, layanan publik, bantuan sosial, pendidikan, kesehatan, perdagangan, industri, maupun penyiaran.
3. Mempercepat integrasi pusat data nasional.
4. Mempersiapkan kebutuhan Sumber Daya Manusia talenta digital.
5. Yang berkaitan dengan regulasi, skema pendanaan, dan pembiayaan segera disiapkan secepatnya.

Berikut ini gambaran upaya yang dilakukan pemerintah pada lintas kementrian, lembaga, dan sektor swasta untuk membantu percepatan program digitalisasi yang kegunaannya diklasifikasikan ke berbagai sektor UMKM (mikro, kecil, dan Menengah).

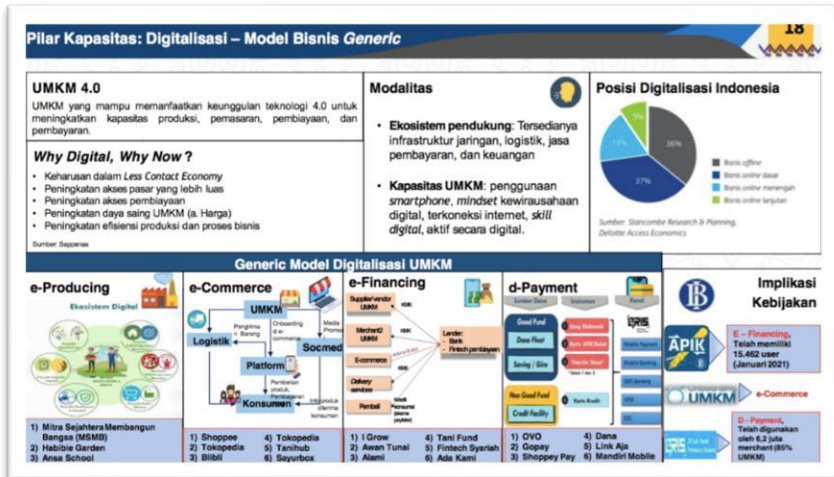
sederhana dari pasar kecil lalu meningkat ke pasar besar atau luas hingga mampu menggeser pasar konvensional/mapan) yang mengubah secara drastis cara perusahaan menjalankan bisnisnya.

Menurut Schwab (2016) mengungkapkan ada empat dampak utama revolusi industri 4.0 untuk bisnis di semua sektor industri. Keempat dampak tersebut yaitu bergesernya ekspektasi dari pelanggan, kualitas produk yang ditingkatkan dengan penggunaan data, model operasional yang diubah menjadi bentuk model digital yang baru dan terbentuknya kerjasama baru. Menurut McKinsey (2018) memprediksi konsekuensi utama dari industri 4.0 adalah terciptanya *Factories of the future* dimana proses produksi menyediakan aliran data tanpa batas di seluruh siklus bisnis, sistem produksi yang sepenuhnya dijalankan secara otomatis yang didukung oleh data yang canggih dan proses yang efisien sehingga meningkatkan kualitas dan memberikan penghematan biaya serta modal usaha yang cukup.

Era digitalisasi RI 4.0 sudah mulai dirasakan pada sejumlah sektor UMKM, para UMKM yang mampu memanfaatkan keunggulan teknologi 4.0 akan mengalami kemajuan pesat dalam proses bisnisnya, dapat meningkatkan kapasitas produksi, pemasaran, pembiayaan, dan pembayaran. Digitalisasi ini sangat penting dan harus dilakukan oleh para unit usaha UMKM, keuntungan dengan adanya digitalisasi ini adalah :

1. Keharusan ketika bisnis atau usaha dalam *Less Contact Economy*
2. Peningkatan akses pasar yang lebih luas
3. Peningkatan akses pembiayaan
4. Peningkatan daya saing UMKM
5. Peningkatan efisiensi produksi dan proses bisnis

Digitalisasi bisnis yang digunakan bukan hanya semata-mata menggunakan teknologi untuk menggantikan tenaga manusia, namun lebih kepada bagaimana caranya agar setiap unit usaha bisa menciptakan sistem otomatis dan terintegrasi satu sama lain.



Sumber : Laporan KOMINFO 2021

Gambar 1.4 Pilar Kapasitas UMKM

Bedasarkan Khairin et al. (2021) peran digitalisasi dalam dunia bisnis dan industri terbagi menjadi beberapa bagian, yakni sebagai berikut :

1. Digitalisasi Produksi, pada era Revolusi Industri 4.0 dimulai, lini produksi perlahan beralih ke penggunaan teknologi digital. Bahkan mesin yang digunakan untuk produksi sudah berbasis teknologi dengan menggunakan otomasi *quality control* dan memanfaatkan model algoritma pemrograman. Digitalisasi produksi akan membuat hasil produksi lebih seragam kualitasnya walaupun dengan pengawasan yang

minim. Tentu hal ini merupakan wujud perubahan yang besar jika dibandingkan dengan penggunaan tenaga manusia seutuhnya.

2. Digitalisasi keuangan, tidak luput dari sistem digitalisasi, bahkan saat ini sudah ada uang digital yang jauh lebih praktis dan mudah digunakan dibandingkan uang fisik, dan uang digital memiliki kemudahan melakukan transaksi jarak jauh. Digitalisasi keuangan juga hadir dari sisi pencatatannya, sejak menjamurnya kehadiran berbagai aplikasi kasir dan pembukuan, para pelaku usaha saat ini bisa dengan mudah mencatat kondisi keuangan bisnis mereka, sehingga posisi laporan keuangan bisnis lebih akurat. Pelaku usaha juga tidak khawatir akan kehilangan data keuangan mereka, karena semua data bisa disimpan di *Cloud* yang dapat diakses dari perangkat manapun.
3. Digitalisasi laporan dapat membantu para pengusaha dan para evaluator untuk menemukan kejanggalan dalam strategi bisnis mereka, baik positif maupun negatif, misalnya, jika ada kenaikan penjualan secara drastis, maka mereka dapat menemukan penyebab kenaikannya karena laporan terintegrasi dengan sistem penjualan dan sistem pemasaran.
4. Digitalisasi layanan, layanan seperti *Customer service* merupakan hal yang penting di dalam dunia usaha, sebab tidak semua pelanggan bisa memahami produk atau jasa yang ditawarkan

oleh perusahaan atau unit usaha. Digitalisasi layanan dapat membantu pelanggan dalam menjawab pertanyaan secara efektif dan efisien, salah satu contoh dengan menggunakan teknologi *chatbot*, yang bisa memberikan jawaban personal secara otomatis.

5. Digitalisasi pemasaran, dengan adanya digitalisasi pemasaran memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan promosi produk kepada pelanggan tanpa mengeluarkan banyak anggaran (*budget*) dan hasilnya dapat diukur lebih akurat.

C. Perkembangan Digitalisasi saat New Normal

Pandemi Covid-19 yang sampai sekarang ini masih terus meluas penyebaran dan penularannya bisa dipastikan jika tidak segera berakhir, maka akan berujung mengakibatkan krisis ekonomi di negeri ini. Adanya krisis ekonomi, maka otomatis sedikit banyak akan mempersulit para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Padahal, menurut catatan pada saat krisis moneter tahun 1998, posisi UMKM sangat berperan besar menjadi penyelamat ekonomi nasional. Pada saat itu, ketika banyak usaha UMKM yang pailit. Justru, UMKM mampu meningkat hingga 350 persen. Namun sayang, pada saat pandemi Covid-19 saat ini, justru UMKM yang sangat terdampak. Terutama terdampak dalam penurunan omset UMKM.

Hal ini tentunya menjadi tantangan yang sangat besar bagi pelaku UMKM untuk dapat bertahan hidup dengan

melakukan usaha sesuai dengan era Pandemi Covid-19 saat ini yaitu “Digitalisasi UMKM” bisa dikatakan ekspansi yang menjadi solusi untuk tetap mempertahankan jalannya usaha UMKM. Menuju upaya digitalisasi UMKM tentu menjadi suatu langkah yang tidak mudah begitu saja untuk diwujudkan. Banyak sekali kendala yang harus dilewati. Kendalanya yang munculpun bisa dari berbagai sumber. Salah satunya, sebelum pandemi banyak teknik konsumsi barang dan jasa dilakukan secara *offline* atau penjualan secara langsung. Sedangkan, pada saat pandemi cara konsumsi barang dan jasa lebih banyak melakukan secara online/daring yaitu melakukan penjualan dengan menggunakan internet, bisa melalui *e-commerce*. Realitas tersebut, setidaknya menjadi sebuah referensi bahwa cara konsumsi masyarakat benar-benar mengalami suatu perubahan.

Melihat kenyataan tersebut, akan memunculkan beragam persoalan. Salah satunya, adalah dari konsumen itu sendiri terkait kemampuan dalam penggunaan aplikasi online. Kemudian, dilanjutkan oleh para pelaku UMKM bisa dipastikan kesulitan dalam mencapai target yang sudah direncanakan saat perekonomian terganggu. Perubahan pola konsumsi tersebut, akan diikuti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat bangkit, serta bisa lebih maju sehingga mampu menghadapi kondisi New Normal.