

Analisis Efektivitas Kebijakan UMKM dalam Mendorong Ekonomi Kreatif di Era Digital

Erinaldi¹, Ade Rindi Ely², Dita Sofia³, Riska Ayu Fitri⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lancang Kuning, Dumai, Indonesia ^{1,2,3,4}

Email: erinaldipratama2905@gmail.com¹, aderindiely@gmail.com², sdita406@gmail.com³, riskaayufitri9@gmail.com⁴

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 11 Bulan : November Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>Digital transformation serves as a key factor in enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in today's increasingly competitive digital economy. The Indonesian government has implemented various strategic policies to accelerate MSME digitalization, including digital literacy training programs, financial incentives, and the strengthening of technological infrastructure. Moreover, the application of the creative economy concept expands business opportunities through innovation based on creativity, local culture, and modern technology. This study aims to analyze the effectiveness of government policies in supporting the digitalization process and to examine the role of the creative economy in improving MSME competitiveness in Indonesia. The research employs a qualitative approach with a descriptive-analytical design through literature studies and in-depth interviews with MSME actors and relevant stakeholders. The results indicate that digitalization and the creative economy significantly contribute to expanding market access, increasing operational efficiency, and fostering innovation capability among MSMEs. However, challenges such as low digital literacy, limited financial capital, a lack of adaptive human resources, and unequal infrastructure distribution remain major obstacles in the digital transformation process. Therefore, stronger collaboration among the government, business actors, the private sector, and educational institutions is essential to build an inclusive, innovative, and sustainable digital economy ecosystem.</i></p> <p>Keyword: Digitalization, Creative Economy, MSMEs, Public Policy, Competitiveness.</p>

Abstrak

Transformasi digital merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital yang semakin kompetitif. Pemerintah telah berupaya mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai kebijakan strategis seperti pelatihan literasi digital, pemberian insentif, serta penguatan infrastruktur teknologi informasi. Selain itu, penerapan konsep ekonomi kreatif turut memperluas peluang bisnis melalui inovasi berbasis kreativitas, budaya lokal, dan teknologi modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kebijakan pemerintah dalam mendukung proses digitalisasi serta peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan daya saing UMKM di Indonesia. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif-analitis melalui studi literatur dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM serta pemangku kepentingan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dan ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan akses pasar, efisiensi operasional, dan kemampuan inovasi usaha. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang adaptif, dan ketimpangan infrastruktur antarwilayah masih menjadi

hambatan utama dalam proses transformasi digital. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang lebih kuat antara pemerintah, pelaku usaha, sektor swasta, serta lembaga pendidikan untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi, Ekonomi Kreatif, UMKM, Kebijakan Publik, Daya Saing

A. PENDAHULUAN

Kemampuan manajemen kewirausahaan yang berbasis pada kreativitas dan inovasi menjadi semakin relevan di era digital saat ini (El Hasanah, 2015). Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem ekonomi global, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Di tengah persaingan yang semakin ketat, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan transformasi digital menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing usaha. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai kebijakan untuk mendukung proses digitalisasi UMKM, seperti program pelatihan literasi digital, pemberian insentif, dan penguatan infrastruktur teknologi.

Selain itu, konsep ekonomi kreatif muncul sebagai strategi inovatif yang memadukan kreativitas, teknologi, dan nilai budaya dalam kegiatan ekonomi. Kreativitas sendiri merupakan kemampuan berpikir dan menyajikan sesuatu dengan cara yang luar biasa, serta memiliki unsur baru dan unik dalam memecahkan masalah yang dihadapi (Hendrawan et al., 2019).

Dalam konteks kewirausahaan modern, kreativitas menjadi inti dari proses inovasi yang mendorong terciptanya produk, layanan, dan model bisnis baru yang mampu bersaing di pasar global. Integrasi antara digitalisasi dan ekonomi kreatif diyakini dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperkuat identitas produk lokal. Namun, implementasi kebijakan tersebut belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan infrastruktur yang belum merata di berbagai daerah.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya evaluasi terhadap efektivitas kebijakan pemerintah serta pemahaman lebih mendalam mengenai peran ekonomi kreatif dalam mendukung peningkatan daya saing UMKM di era digital. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perumusan strategi kebijakan publik yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan kajian terkait efektivitas kebijakan pemerintah dan peran ekonomi kreatif dalam mendukung transformasi digital UMKM di era ekonomi digital. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis efektivitas kebijakan pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM.
2. Mengidentifikasi peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital.
3. Mengkaji faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi kebijakan digitalisasi dan ekonomi kreatif pada UMKM.
4. Merumuskan strategi penguatan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan sektor swasta untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan

Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berlandaskan pada pemanfaatan ide, kreativitas, serta inovasi sebagai sumber utama penciptaan nilai. (Howkins, 2002) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif mencakup berbagai kegiatan produksi yang menghasilkan nilai tambah melalui kekayaan intelektual dan kemampuan kreatif manusia.

Ekonomi kreatif mencakup berbagai subsektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan inovasi dan nilai tambah ekonomi. Secara umum, terdapat 14 subsektor utama dalam ekonomi kreatif, yaitu periklanan, arsitektur, pasar komoditas, seni budaya, kerajinan tangan, desain, fesyen, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, serta perangkat keras dan lunak, televisi dan radio, serta penelitian dan pengembangan.

Masing-masing subsektor tersebut berkontribusi dalam menciptakan produk dan jasa berbasis kreativitas yang memiliki daya saing tinggi di pasar domestik maupun global. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ekonomi kreatif membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk menciptakan produk dan layanan yang memiliki keunikan tersendiri serta memperluas jangkauan pasar melalui pendekatan yang inovatif (Pariwisata, 2010)

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia karena menyumbang sebagian besar pertumbuhan ekonomi nasional serta menyediakan lapangan kerja bagi mayoritas penduduk. Selain berperan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, UMKM juga menjadi motor penggerak ekonomi di daerah, khususnya di wilayah pedesaan dan terpencil, dengan memperkuat ekonomi lokal dan mengurangi tingkat kemiskinan (Mustamin, 2018).

Lebih dari itu, UMKM merupakan sumber inovasi dan kreativitas yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat global. Oleh

karena itu, penguatan kapasitas UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital dan integrasi dengan prinsip ekonomi kreatif menjadi langkah strategis untuk memperluas akses pasar dan mempercepat pembangunan ekonomi yang inklusif serta berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dalam konteks yang alamiah melalui interaksi langsung antara peneliti dan subjek yang diteliti. Pendekatan ini dianggap relevan untuk menggambarkan bagaimana peran UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan di era digital. Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan observasi lapangan bila diperlukan dan menelusuri berbagai sumber informasi yang relevan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang dikaji.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Kebijakan Pemerintah dalam Mendorong Digitalisasi UMKM

Perkembangan ekonomi kreatif memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. Kehadiran ekonomi kreatif mendorong para pelaku usaha untuk berinovasi dalam menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah tinggi. Dalam konteks ini, kreativitas menjadi faktor utama dalam menentukan daya saing suatu usaha, terutama ketika pasar semakin kompetitif di era digital saat ini.

Peran UMKM di Indonesia sangat penting bagi perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan memperkuat struktur ekonomi domestik. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tergolong besar, serta menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja lokal. Selain itu, sektor ini turut menekan angka pengangguran dengan menyediakan berbagai peluang usaha baru di tingkat masyarakat menengah ke bawah. Tidak hanya itu, UMKM juga berperan dalam menstabilkan perekonomian nasional melalui perputaran ekonomi di sektor riil, bahkan di tengah masuk dan keluarnya tenaga kerja asing yang cukup besar.

Hingga tahun 2025, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha, yang menyumbang 61,9% terhadap PDB nasional serta menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Namun, berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian per 30 Januari 2025, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih relatif rendah, yakni hanya sekitar 15,7% dari total ekspor

Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam hal daya saing, akses pasar, kualitas produk, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi oleh pelaku UMKM.

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan strategis untuk mendorong UMKM agar dapat “naik kelas.” Beberapa di antaranya meliputi pembentukan Satuan Tugas Peningkatan Ekspor Nasional, penyediaan fasilitas pembiayaan seperti Ultra Mikro (UMi), Kredit Usaha Rakyat (KUR), PNM Mekaar, PNM ULaMM, serta fasilitas Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE) yang memberikan pembebasan pajak pertambahan nilai bagi UMKM yang berorientasi ekspor.

Selain itu, Bank Indonesia juga berperan penting dalam mempercepat transformasi UMKM melalui penguatan inklusi keuangan dan digitalisasi. Salah satu inovasi besar adalah penerapan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran nasional. Hingga semester pertama tahun 2025, pengguna QRIS telah mencapai sekitar 57 juta, dengan 39,3 juta merchant dan lebih dari 93% di antaranya merupakan UMKM yang menghasilkan sekitar 6,05 miliar transaksi dengan nilai mencapai Rp 579 triliun. Peningkatan digitalisasi ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga membuka akses pembiayaan berbasis data transaksi digital serta memperluas jangkauan pasar bagi UMKM di berbagai sektor (Bank Indonesia, n.d.).

Di sisi lain, sektor swasta dan platform e-commerce turut memainkan peran strategis dalam memperluas jangkauan pasar UMKM, baik secara nasional maupun global. Digitalisasi melalui e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta menciptakan peluang kerja baru.

Namun, tantangan masih muncul dalam bentuk rendahnya literasi digital, keterbatasan penguasaan teknologi, serta infrastruktur jaringan internet yang belum merata, khususnya di wilayah pedesaan dan terpencil. Hal ini menyebabkan sebagian pelaku UMKM masih kesulitan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dan platform e-commerce dalam pengembangan bisnis mereka.

Untuk mengatasi kendala tersebut, dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, penyedia platform digital, dan masyarakat dalam membangun ekosistem bisnis yang inklusif. Dukungan pelatihan digital, penyediaan infrastruktur teknologi, serta peningkatan literasi keuangan digital menjadi langkah penting agar UMKM dapat bersaing di era transformasi digital global.

Sebagai bentuk dukungan terhadap upaya ini, OJK Institute menginisiasi kegiatan webinar nasional mengenai strategi peningkatan skala bisnis UMKM agar mampu menembus pasar nasional dan global. Kegiatan ini menjadi wadah diskusi strategis antara para pemangku kepentingan untuk membahas peluang, tantangan, dan langkah konkret dalam memperkuat daya saing UMKM Indonesia di era ekonomi digital dan ekonomi kreatif yang terus berkembang.

Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital

Ekonomi kreatif telah berkembang menjadi salah satu sektor paling dinamis dan potensial di era digital saat ini. Keberadaannya tidak hanya berperan sebagai penggerak inovasi, tetapi juga sebagai motor penguat daya saing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui pemanfaatan teknologi digital, ekonomi kreatif mampu membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan nilai tambah produk, dan memperkuat posisi mereka dalam persaingan global.

Ekonomi kreatif berperan dalam memperluas akses pasar bagi UMKM melalui berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan marketplace daring yang memungkinkan pemasaran produk tanpa batas geografis. Pemanfaatan strategi pemasaran digital seperti social media marketing, influencer collaboration, dan search engine optimization (SEO) turut meningkatkan visibilitas produk serta memperkuat hubungan antara merek dan konsumen.

Selain memperluas pasar, ekonomi kreatif juga mendorong kreativitas dan inovasi pelaku UMKM dalam menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai estetika dan daya jual tinggi. Teknologi digital memungkinkan proses inovasi berlangsung lebih cepat melalui desain berbasis perangkat lunak, crowdsourcing ideas, dan kolaborasi lintas sektor sehingga UMKM mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Teknologi digital juga meningkatkan efisiensi dan produktivitas melalui digitalisasi proses bisnis seperti manajemen stok, pembayaran digital, dan logistik otomatis. Hal ini menghemat waktu dan biaya operasional sekaligus meningkatkan konsistensi kualitas produk. Selain itu, ekonomi kreatif memperkuat branding dan citra usaha melalui strategi konten visual yang menarik dan otentik sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Peningkatan kompetensi sumber daya manusia juga menjadi bagian penting dalam ekonomi kreatif. Pelatihan digital, workshop kreatif, dan kolaborasi komunitas membantu pelaku UMKM memperoleh pengetahuan baru terkait teknologi, manajemen bisnis, dan

pemasaran digital sehingga lebih adaptif terhadap perkembangan pasar global. Secara keseluruhan, ekonomi kreatif menjadi fondasi utama dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang inovatif, inklusif, dan berkelanjutan.

Faktor Pendukung Implementasi Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi UMKM

Implementasi ekonomi kreatif dan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung. Kebijakan pemerintah seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), KUR digital, dan pelatihan literasi digital sangat membantu mendorong peningkatan produktivitas dan perluasan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital.

Penguatan infrastruktur digital berupa akses internet, perluasan jaringan 4G dan 5G, serta pembangunan data center nasional juga berperan besar dalam mempercepat digitalisasi UMKM di berbagai wilayah termasuk daerah terpencil.

Selain itu, dukungan lembaga keuangan dan platform digital melalui fintech, e-commerce, mobile banking, QRIS, dan pinjaman digital memberi kemudahan pembiayaan dan pemasaran sehingga UMKM memiliki ruang lebih luas untuk berkembang.

Kualitas sumber daya manusia yang kreatif dan adaptif terhadap teknologi, terutama generasi milenial dan Gen Z, menjadi pendorong penting inovasi berbasis digital. Untuk memperkuat kapasitas ini, pelatihan kewirausahaan dan literasi digital harus terus dioptimalkan.

Kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, dan komunitas kreatif menghasilkan ekosistem inovasi yang mendorong pertumbuhan UMKM melalui program inkubasi, festival kreatif, dan pelatihan terpadu yang memperluas jejaring dan memperkenalkan produk ke pasar nasional maupun internasional.

Hambatan Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital

Meskipun peluang besar terbuka, UMKM masih menghadapi sejumlah hambatan. Keterbatasan akses teknologi digital seperti perangkat memadai dan jaringan internet stabil menjadi hambatan utama terutama di daerah terpencil.

Kurangnya literasi digital menyebabkan minimnya kemampuan dalam mengelola akun e-commerce, pemasaran digital, pengolahan data pelanggan, dan keamanan siber sehingga pelaku UMKM sulit bersaing.

Keterbatasan modal juga menghambat inovasi, terutama untuk kebutuhan branding, desain produk, dan pemasaran digital. Di sisi lain, persaingan pasar makin ketat karena UMKM harus berhadapan dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih kuat.

Beberapa kebijakan pemerintah belum tepat sasaran dan kurangnya pendampingan menyebabkan banyak UMKM tidak mendapatkan manfaat optimal dari program digitalisasi. Rendahnya kesadaran dan pola pikir tradisional juga menjadi penghalang transformasi digital.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat sebagian UMKM sulit beradaptasi. Tantangan lain datang dari isu keamanan siber, logistik yang mahal, kurangnya kolaborasi, hingga hambatan sosial budaya terutama bagi pelaku UMKM perempuan yang menghadapi keterbatasan peran domestik dan akses sumber daya.

Strategi Sinergi Pemerintah, Swasta, dan Masyarakat

Pembentukan ekosistem digital yang inklusif membutuhkan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Pemerintah bertugas menyediakan regulasi, perizinan yang mudah, subsidi teknologi, akses pembiayaan, dan program literasi digital.

Sektor swasta seperti perusahaan teknologi, lembaga keuangan, dan platform e-commerce menjadi mitra inovatif yang membantu menyediakan pelatihan, promosi, teknologi relevan, dan memperluas pasar global bagi UMKM.

Masyarakat dan komunitas kreatif memperkuat budaya kolaborasi dan inovasi, menciptakan jejaring usaha baru, dan mendukung bangga produk lokal. Transformasi digital harus menjangkau seluruh wilayah agar tidak menimbulkan kesenjangan baru.

Sinergi ini perlu dibarengi keberlanjutan dan inklusivitas untuk memberdayakan ekonomi lokal, melindungi lingkungan, serta mendorong riset dan inovasi berkelanjutan.

Kelebihan dan Peluang Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif unggul karena berbasis ide dan kreativitas, bukan sumber daya alam sehingga lebih berkelanjutan. UMKM dapat menciptakan produk bernilai tinggi dengan ciri khas lokal yang diminati pasar domestik maupun internasional.

Ekonomi kreatif menyerap tenaga kerja besar, mengurangi pengangguran, dan menciptakan wirausaha baru yang inovatif. Pemanfaatan teknologi digital membantu memperluas pasar, mempercepat promosi, meningkatkan efisiensi, dan produktivitas UMKM.

Generasi muda memiliki potensi besar menggerakkan sektor ini karena kemampuan mereka dalam teknologi, desain, dan inovasi kreatif. Produk kreatif yang mengangkat budaya dan nilai lokal dapat memperkuat citra Indonesia di kancah internasional dan meningkatkan ekspor produk bernilai tambah tinggi.

Secara keseluruhan, ekonomi kreatif memberikan fondasi kuat bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing. Dengan kebijakan yang mendukung, peningkatan kualitas SDM,

dan penguatan ekosistem digital, sektor ini dapat menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional.

D. KESIMPULAN

Transformasi digital dan pengembangan ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam memperkuat daya saing UMKM di Indonesia. Digitalisasi tidak hanya mendorong efisiensi dan perluasan akses pasar, tetapi juga menjadi sarana bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan menciptakan nilai tambah produk lokal. Kebijakan pemerintah melalui berbagai program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Ultra Mikro (UMi), dan penerapan sistem pembayaran digital QRIS telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan inklusi keuangan serta percepatan transformasi digital di sektor UMKM.

Meskipun demikian, optimalisasi manfaat digitalisasi masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pembiayaan, serta infrastruktur teknologi yang belum merata di seluruh wilayah Indonesia. Kondisi ini menuntut sinergi antara pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan, dan pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem bisnis yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar global.

Secara keseluruhan, digitalisasi yang terintegrasi dengan ekonomi kreatif berpotensi menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan dukungan kebijakan yang tepat, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta kolaborasi lintas sektor, UMKM Indonesia memiliki peluang besar untuk naik kelas dan berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian nasional maupun internasional.

Sebagai tindak lanjut dari temuan ini, diperlukan perumusan kebijakan yang lebih terarah dan berkelanjutan untuk memperkuat ekosistem digital UMKM. Implikasi kebijakan ini meliputi peningkatan akses terhadap teknologi, penguatan kapasitas digital pelaku usaha, serta penyediaan insentif dan regulasi yang mendorong kolaborasi antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat.

Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa kebijakan pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM sudah menunjukkan arah yang positif, namun efektivitasnya masih belum merata di seluruh lapisan pelaku usaha. Untuk meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan, beberapa implikasi kebijakan yang dapat dipertimbangkan antara lain:

1. Peningkatan literasi digital berbasis daerah. Pemerintah perlu memperluas program pelatihan digital hingga ke tingkat kabupaten dan desa melalui kolaborasi dengan perguruan tinggi, komunitas, dan lembaga pelatihan lokal agar pelaku UMKM di wilayah terpencil juga mendapatkan akses yang sama. Integritas kebijakan pusat dan daerah. Sinkronisasi antara kebijakan pemerintah pusat dengan pemerintah daerah sangat penting untuk memastikan bahwa program digitalisasi dan ekonomi kreatif benar-benar berjalan efektif di lapangan.
2. Penguatan insentif bagi UMKM berbasis inovasi. Pemerintah dapat memberikan keringanan pajak, subsidi pelatihan, atau akses pembiayaan khusus bagi UMKM yang mengintegrasikan teknologi digital atau menghasilkan produk berbasis ekonomi kreatif.
3. Peningkatan infrastruktur digital. Akses internet yang cepat dan stabil menjadi kunci utama bagi keberhasilan digitalisasi UMKM. Pemerintah perlu mempercepat pembangunan jaringan broadband di wilayah tertinggal serta menyediakan fasilitas inkubasi bisnis digital.
4. Kolaborasi lintas sektor diperlukan sinergi yang lebih kuat antara pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan, dan platform digital dalam menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif, efisien, dan berkelanjutan. Pemanfaatan data digital untuk perumusan kebijakan. Data transaksi digital dari sistem seperti QRIS dan e-commerce dapat dimanfaatkan pemerintah untuk merancang kebijakan berbasis bukti (evidence-based policy) yang lebih tepat sasaran bagi pengembangan UMKM.

Dengan penerapan implikasi kebijakan tersebut, diharapkan proses digitalisasi dan penguatan ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong utama peningkatan daya saing UMKM di Indonesia. Kebijakan yang berfokus pada pemerataan akses teknologi, peningkatan kompetensi pelaku usaha, dan inovasi berbasis kreativitas akan memperkuat posisi UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional di era digital.

Saran

Penelitian ini masih berfokus pada tinjauan konseptual dan kebijakan umum terhadap digitalisasi dan ekonomi kreatif bagi UMKM. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian empiris menggunakan data kuantitatif dan kualitatif guna mengukur sejauh mana efektivitas kebijakan pemerintah dalam meningkatkan digitalisasi UMKM di berbagai sektor.

Selain itu, penelitian mendatang dapat memperluas cakupan analisis dengan membandingkan implementasi ekonomi kreatif antarwilayah atau antarjenis usaha, sehingga

diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor keberhasilan dan hambatan di lapangan. Kajian mendalam mengenai dampak sosial- ekonomi dari penerapan ekonomi kreatif juga penting dilakukan untuk menilai kontribusi sektor ini terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi nasional.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (n.d.). QRIS Jelajah Indonesia 2025 dorong digitalisasi dengan wisata budaya. 2025, 4 Agustus. Retrieved October 11, 2025, from https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2717025.aspx
- El Hasanah, L. L. N. (2015). Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268–280.
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi kreativitas dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm). *Jurnal Hummansi*, 2(1), 25–36.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). Pemerintah dorong UMKM naik kelas tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia.
- Mustamin, S. W. (2018). Pengaruh Variabel Ekonomi Makro Terhadap Kemiskinan DI Kota Pengaruh Variabel Ekonomi Makro Terhadap Kemiskinan DI Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 30–39.
- Pariwisata, K. K. dan. (2010). *Pariwisata pro-rakyat: meretas jalan mengentaskan kemiskinan di Indonesia*. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.