



Pemberdayaan UMKM Kota Batu (Malang) Di Era Transformasi Bisnis Pada Industri E-Commerce

Muhammad Nasrullah

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dida Rahmadanik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Korespondensi Penulis: nasrulpakuwesi@gmail.com

Abstract. *Economic development covers various aspects ranging from improving community welfare, poverty alleviation, social inclusion and others. This can be linked to the important role of MSMEs, which are drivers of innovation and creativity in the economic sector. This research aims to analyze the empowerment of Batu City MSMEs in facing business changes by the e-commerce industry and will discuss the challenges faced by MSMEs currently. The data in the research are the results of a focus group discussion by conducting a direct analysis survey on Batu City MSMEs. This article uses the Community Empowerment theory approach by Jim Ife.*

Keywords : *Community Empowerment, E-Commerce Industry, MSMEs.*

Abstrak. Pembangunan ekonomi mencakup berbagai aspek mulai dari peningkatan kesejahteraan masyarakat, pengentasan kemiskinan, inklusi sosial dan lainnya. yang hal ini bisa dihubungkan ke peran penting dari UMKM, yang menjadi penggerak inovasi dan kreativitas pada sektor perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan UMKM Kota Batu dalam menghadapi perubahan bisnis oleh industri e-commerce dan akan membahas tantangan yang dihadapi UMKM saat ini. Data dalam penelitian adalah hasil focus group discussion dengan melakukan survei analisis secara langsung pada UMKM Kota Batu. Artikel ini menggunakan pendekatan teori Pemberdayaan Masyarakat oleh Jim Ife.

Kata Kunci : Industri E-Commerce, Pemberdayaan Masyarakat, UMKM

LATAR BELAKANG

Pembangunan ekonomi adalah salah satu tujuan utama bagi negara-negara di seluruh dunia. Hal ini mencerminkan perjalanan evolusi sosial, ekonomi, dan teknologi yang membentuk masyarakat kita saat ini. Di tengah arus globalisasi, industrialisasi, dan transformasi teknologi yang pesat, perekonomian suatu negara menjadi pusat perhatian bagi keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakatnya. Indonesia yang merupakan negara berkembang perlu adanya pelaksanaan pembangunan ekonomi yang hasilnya ditujukan dan bisa dirasakan oleh masyarakat secara luas.

Pembangunan ekonomi mencakup berbagai aspek, termasuk pertumbuhan PDB, peningkatan kesejahteraan rakyat, pengentasan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan inklusi sosial. Hal ini merupakan agenda yang kompleks dan multidimensional yang menghubungkan berbagai sektor dan pelaku, mulai dari pemerintah hingga sektor swasta, dan termasuk peran penting dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM, dengan jumlah dan keragaman yang mereka wakili, telah menjadi elemen sentral dalam proses pembangunan ekonomi di banyak negara. Mereka menciptakan lapangan kerja, mendukung inklusi ekonomi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Mereka juga merupakan motor inovasi dan kreativitas yang dapat merangsang sektor-sektor lain dalam perekonomian. Sesuai dengan Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada Pasal 3 yang mengartikan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha mikro, kecil maupun menengah dalam rangka sebagai pembangunan perekonomian nasional yang berdasarkan pada demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Pertumbuhan pesat industri e-commerce telah mengubah lanskap bisnis global, memberikan peluang baru dan tantangan yang signifikan bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Fenomena ini tidak terkecuali bagi Kota Batu, Malang, yang merupakan salah satu kota yang tumbuh pesat di sektor e-commerce di Indonesia. Dalam era ini, UMKM menjadi bagian integral dalam perubahan bisnis yang sedang berlangsung, dan upaya pemberdayaan UMKM menjadi sangat penting untuk memastikan partisipasi mereka dalam ekosistem e-commerce yang berkembang pesat. Hal ini membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan sosial. UMKM bagi Indonesia sendiri menjadi pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, yang mana hal tersebut dilakukan untuk mendorong memberikan kemampuan kemandirian untuk berkembang di lingkup masyarakat khususnya pada sektor ekonomi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki dampak yang signifikan dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Dampak positif UMKM dalam hal perekonomian meliputi:

1. **Penciptaan Lapangan Kerja:** UMKM sering menjadi penggerak utama dalam penciptaan lapangan kerja. Mereka mempekerjakan sejumlah besar orang, yang membantu mengurangi tingkat pengangguran dalam suatu negara.
2. **Kontribusi terhadap PDB:** UMKM dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara. Mereka menciptakan nilai tambah melalui produksi dan penjualan produk dan jasa.
3. **Pengurangan Ketimpangan Ekonomi:** UMKM memberikan peluang ekonomi kepada individu dan kelompok yang mungkin memiliki keterbatasan akses ke sektor korporat atau industri besar. Ini membantu mengurangi ketimpangan ekonomi dalam masyarakat.

4. Peningkatan Pendapatan Masyarakat: UMKM seringkali menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat. Mereka memungkinkan individu untuk memulai usaha sendiri dan meningkatkan pendapatan keluarga.
5. Peningkatan Ekspor Perekonomian: Banyak UMKM yang terlibat dalam ekspor produk dan jasa, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan ekspor negara.
6. Pengembangan Wilayah: UMKM sering ditempatkan di wilayah pedesaan atau daerah terpencil, sehingga mereka membantu dalam pengembangan dan pertumbuhan wilayah-wilayah ini.
7. Pembentukan Jaringan dan Kolaborasi: UMKM seringkali bekerja sama dalam rantai pasokan atau dalam kemitraan bisnis, yang membantu memperkuat jaringan bisnis lokal dan menciptakan peluang kolaborasi yang lebih besar.
8. Pengembangan Keahlian dan Keterampilan: UMKM memberikan kesempatan bagi pemilik usaha dan karyawan untuk mengembangkan keahlian dan ketrampilan mereka, yang dapat meningkatkan daya saing dan mobilitas ekonomi.
9. Peningkatan Infrastruktur dan Layanan Masyarakat: Untuk mendukung UMKM, seringkali perlu ada peningkatan infrastruktur dan layanan seperti transportasi, komunikasi, dan perbankan di wilayah-wilayah yang lebih terpencil. Ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat.

Oleh karena itu, UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, terutama di negara-negara berkembang. Mereka menciptakan peluang bagi banyak orang, membantu mengurangi ketimpangan ekonomi, dan memberikan dorongan ekonomi yang signifikan bagi negara mereka.

Pemberdayaan UMKM menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan bisnis yang diimplementasikan oleh pemerintah Kota Batu, Malang. Kota ini memiliki potensi besar dalam hal UMKM, dengan kerajinan, produk pertanian, dan pariwisata yang menjadi andalan ekonominya. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini di era transformasi bisnis yang didorong oleh e-commerce, diperlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan berbagai elemen seperti teknologi informasi, pelatihan, dan dukungan keuangan.

Era transformasi bisnis industri e-commerce saat ini bisa dibilang sangat dinamis, dengan adanya teknologi yang terus menerus berubah dan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen. Perusahaan e-commerce yang berhasil harus lebih fleksibel dan berinovasi secara terus berkelanjutan untuk memenuhi tuntutan pasar yang berubah dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat ini,

perusahaan e-commerce yang berhasil adalah yang mampu beradaptasi dengan cepat, mengadopsi teknologi baru seiring waktu, mengetahui kemauan pelanggan, dan terus berinovasi. Kemampuan untuk bertransformasi dan memanfaatkan peluang yang ada dalam lingkungan yang terbilang dinamis ini akan menjadi faktor kunci dalam kesuksesan di era e-commerce seperti saat ini.

Tantangan era transformasi bisnis industri e-commerce bagi UMKM di Indonesia saat ini sangat beragam dan dapat mencakup hal-hal berikut:

- **Persaingan Sengit:** Industri e-commerce di Indonesia sangat kompetitif dengan kehadiran banyak pesaing. Ini membuat sulit bagi UMKM untuk menonjol dan memenangkan pangsa pasar.
- **Keterbatasan Akses Teknologi:** Banyak UMKM masih memiliki keterbatasan dalam hal akses internet dan teknologi. Kualitas internet yang buruk atau biaya tinggi untuk akses internet yang cepat dapat menjadi hambatan bagi mereka.
- **Infrastruktur Logistik:** Logistik dan pengiriman barang yang efisien adalah aspek penting dalam e-commerce. UMKM sering menghadapi tantangan dalam hal pengiriman barang ke berbagai wilayah Indonesia yang luas.
- **Pembiayaan:** Membangun bisnis e-commerce yang sukses membutuhkan investasi dalam teknologi, pemasaran, dan logistik. Tantangan pembiayaan dan akses ke modal dapat membatasi kemampuan UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka.
- **Kepercayaan Konsumen:** Membangun kepercayaan konsumen dalam lingkungan e-commerce adalah kunci. UMKM harus berinvestasi dalam citra merek, ulasan positif, dan layanan pelanggan yang baik untuk membangun kepercayaan pelanggan.
- **Pasar yang Berubah Cepat:** Tantangan terbesar adalah bahwa pasar e-commerce terus berubah dengan cepat. UMKM harus dapat beradaptasi dengan perubahan tren, teknologi, dan kebutuhan pelanggan dengan cepat.

Tantangan-tantangan ini memerlukan UMKM di Indonesia untuk memiliki strategi yang baik, upaya yang kuat, dan mungkin dukungan eksternal dari pemerintah, lembaga keuangan, dan mitra bisnis untuk mengatasi hambatan dan berhasil dalam transformasi bisnis e-commerce. Selain itu, kreativitas, inovasi, dan fokus pada pelanggan juga menjadi faktor kunci dalam mengatasi tantangan ini.

Jurnal ini bertujuan untuk menyelidiki dampak pemberdayaan UMKM di Kota Batu, Malang, dalam menghadapi perubahan bisnis yang disebabkan oleh industri e-commerce. Kami akan menganalisis bagaimana strategi pemberdayaan yang telah diterapkan oleh

pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya, serta mengevaluasi sejauh mana upaya ini telah berhasil meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Selain itu, jurnal ini juga akan membahas tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi e-commerce dan mengintegrasikannya ke dalam operasi bisnis mereka.

Melalui jurnal penelitian ini dengan judul Pemberdayaan UMKM Kota Batu Malang di Era Transformasi Bisnis pada Industri E-Commerce, kami berharap dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan partisipasi mereka dalam era transformasi bisnis ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan penting dalam pengembangan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Batu, Malang, serta menjadi referensi bagi wilayah lain yang menghadapi perubahan serupa dalam industri e-commerce.

KAJIAN TEORITIS

Wuryani dan Wahyu (2012: 149) menyatakan bahwa pemberdayaan adalah suatu bentuk dari proses atas berbagai perubahan sosial menuju ke arah kehidupan masyarakat yang lebih baik dan sejahtera. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UMKM sendiri menciptakan peluang kerja bagi jutaan orang, termasuk mereka yang tidak memiliki akses ke pekerjaan di perusahaan besar.

Dalam bukunya yang berjudul *Community Development, Creating Community Alternatives-Vision, Analisis and Pracyice* (1997). Bahwa Jim Ife menjelaskan definisi dari pemberdayaan masyarakat merupakan pemberian sumber daya, knowledge, opportunity, dan keterampilan kepada masyarakat dalam meningkatkan skill untuk menentukan masa depan mereka sendiri dan seberapa partisipasi mereka dalam pengupayaan untuk mempengaruhi kehidupan dari suatu kelompok.

Salah satu perspektif lainnya yang biasanya juga dipakai oleh beberapa orang dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ialah **Teori Actors**, yang dikemukakan oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay, dalam *Perfect Empowerment* (1996). Yang mana pada teori ini, masyarakat secara umum dinilai sebagai suatu subjek untuk melakukan berbagai perubahan dan pengembangan masyarakat apabila telah lepas dari kendalu yang kuku dan mendapat freedom bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukan seperti pada keputusan, ide, dan tindakan lanjut.

Teori Actors memiliki beberapa aspek yaitu:

- Pengembangan organisasi.
- Komunikasi secara efisien.

- Penawaran kerjasama.
- Mendorong inovasi.
- Penyelesaian atas berbagai masalah yang terjadi.

METODE PENELITIAN

Pada jurnal penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan analisis kualitatif yang mencakup analisis melalui teknik wawancara, survei lapangan, dan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti wawancara langsung dengan pemilik UMKM di Kota Batu, survei kepada beberapa pelaku bisnis, dan data sekunder dari pemerintah daerah atau lembaga terkait sehingga dapat menarik kesimpulan secara umum dari keseluruhan data-data yang diperoleh tadi. Data dalam jurnal penelitian ini juga didapatkan dari hasil *focus group discussions*, yaitu dengan mengadakan kelompok diskusi fokus dengan pemilik UMKM atau pemangku kepentingan terkait untuk mendiskusikan berbagai isu-isu pemberdayaan dan karenanya mendapatkan wawasan dari berbagai perspektif yang berbeda-beda. Subjek penelitian kami adalah orang-orang pelaku UMKM di Kota Batu Malang yang kemungkinan terdampak dari adanya perubahan ke bisnis digital juga orang-orang yang berkepentingan dalam pemberdayaan pada UMKM Kota Malang. Dengan ini kami mendapat informasi konkrit seperti apa kondisi yang terjadi di lapangan dan membantu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemberdayaan UMKM di Kota Batu Malang. Survei yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data dari berbagai UMKM di Kota Batu, Malang. Pertanyaan pada survei mencakup berbagai aspek, termasuk dari segi pendapatan, akses teknologi informasi, pelatihan, dan kebutuhan mereka dalam mendukung bisnis e-commerce.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Teori Pemberdayaan Masyarakat menurut Jim Ife, yang mana dalam bukunya yang berjudul *Community Development, Creating Community Alternatives-Vision, Analisis and Pracyice* (1997).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan UMKM merupakan langkah yang krusial dalam menjawab transformasi bisnis pada industri e-commerce di Kota Batu, Malang. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian kota ini, dan dengan meningkatkan kompetensi mereka dalam hal e-commerce, mereka dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar perekonomian Indonesia. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kota Batu, Malang, merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi UMKM yang besar. Kota Batu dikenal sebagai kota wisata yang memiliki banyak produk unggulan, seperti kerajinan batu, makanan dan minuman, serta jasa wisata. Lebih dari 300 UMKM tumbuh di Kota Batu tiap tahunnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di kota ini bergerak dalam sektor kerajinan, pertanian, dan pariwisata. Lebih lanjut, sebagian besar UMKM masih memiliki tingkat adopsi teknologi e-commerce yang terbatas, dengan hanya sebagian kecil yang telah mengintegrasikan e-commerce ke dalam operasi mereka.

Di tahun 2023 ini, produk UMKM Kota Batu semakin menguat di pasaran. Palsalnya peningkatan ekspor akan produk UMKM mereka sendiri tidak lepas dari dilonggarkannya pembatasan ekspor produk setelah pada tahun 2021 banyak pembatasan-pembatasan oleh pemerintah daerah yang membuat ekspor produk semakin menurun dari masyarakat. Yang berhasil menembus pangsa ekspor kali ini adalah produk UMKM dengan produk keripik tempe dan keripik buah. mulai tahun 2023 pemerintah kota menargetkan nilai ekspor Kota Batu untuk bisa tembus 20 miliar jadi perlu adanya regulasi baru agar mudah untuk ekspor produk masyarakat Kota Batu, dengan negara tujuan ekspornya adalag Singapura, Brunei Darussalam, Malaysia dan negara tetangga lainnya. *"Dan kami akan berusaha semaksimal mungkin menumbuhkembangkan pelaku UMKM lebih banyak lagi, agar komoditi Kota Batu bisa semakin banyak yang diekspor ke luar negeri,"* ujar Nurbianto, selaku Kepala Bidang Perdagangan di Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu, Malang.

Pemerintah Kota Batu akan terus berupaya membantu pelaku UMKM untuk terus mengembangkan produk mereka dan memperluas pasar dan network produknya sendiri dengan pengadopsian pemanfaatan teknologi dunia digital bagi para pasar UMKM.

Dalam era transformasi bisnis pada industri e-commerce, UMKM dituntut untuk adaptif dan inovatif agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. E-commerce memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kemampuan teknis, dan pengetahuan tentang e-commerce. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses ke infrastruktur teknologi dan konektivitas internet yang dapat membatasi pertumbuhan e-commerce di wilayah ini. Selain itu, beberapa UMKM mungkin mengalami kesulitan dalam mengubah model bisnis tradisional mereka menjadi model e-commerce yang efektif.

Konsep pemberdayaan masyarakat adalah sebuah pendekatan yang bertujuan untuk memberikan kemampuan, pengetahuan, dan sumber daya kepada individu atau kelompok dalam masyarakat agar mereka dapat mengambil peran aktif dalam perencanaan, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan kebijakan yang memengaruhi kehidupan mereka. Pemberdayaan masyarakat adalah proses yang berkelanjutan dan holistik untuk meningkatkan kemandirian dan kualitas hidup masyarakat.

Menurut Jim Ife, konsep pemberdayaan memiliki hubungan yang erat dengan 2 konsep yaitu: konsep Power (daya kekuatan) dan konsep Disadvantaged (Ketimpangan). Jadi ada 4 penjelasan perspektif pada pemberdayaan menurut buku *Pengembangan Masyarakat* karya Zubaedi (2013:21-22) ini diantaranya: Pluralis, Elitis, Strukturalis, dan Post-Strukturalis.

- 1) **Pertama**, perspektif pluralis adalah proses pemberdayaan tolong menolong kepada individu ataupun sesama kelompok masyarakat yang kurang beruntung dari segi ekonomi agar bisa bersaing secara lebih efektif. Pemerintah Kota Batu, Malang, mengambil berbagai usaha dan program dalam upaya membantu kelompok kecil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui program pemberdayaan. Pemerintah Kota Batu telah memberikan dukungan hukum, termasuk perlindungan hak kekayaan intelektual dan perlindungan konsumen, untuk melindungi UMKM, dan secara merata melakukan kampanye edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya e-commerce dan bagaimana hal itu dapat meningkatkan bisnis mereka.
- 2) **Kedua**, perspektif elitis berpandangan bahwa pemberdayaan itu adalah usaha untuk mempengaruhi kalangan elite, seperti tokoh masyarakat atau orang berada dengan membentuk suatu kelompok bersama dan berupaya untuk melakukan perubahan di kalangan elite karena mengingat masyarakat tak berdaya dikarenakan terdapat power dan kontrol kuat dari kalangan elite tersebut. Salah satu contoh upaya yang telah dilakukan pada perspektif kedua ini adalah penyediaan akses yang lebih mudah ke sumber daya keuangan seperti pinjaman dengan bunga yang bersaing, serta mendukung lembaga keuangan mikro yang fokus pada UMKM.
- 3) **Ketiga**, pada perspektif Strukturalis ada pandangan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah proses pembebasan yang harus bersamaan dengan perubahan struktural secara mendasar. Dalam perspektif strukturalis, pemberdayaan masyarakat UMKM di Kota Batu, Malang, dapat diwujudkan melalui berbagai tindakan yang berfokus pada perubahan dalam struktur sosial, ekonomi, dan politik. Salah satu contohnya adalah Pengembangan Kawasan Industri: Pemerintah Kota Batu dapat mengidentifikasi dan

mengembangkan kawasan industri atau kawasan khusus yang mendukung pertumbuhan UMKM. Ini mencakup penyediaan infrastruktur, fasilitas, dan akses yang lebih baik ke sumber daya seperti energi, air, dan jalan. Hal ini akan membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM di tingkat struktural.

- 4) **Keempat**, penilaian pada perspektif Post-Strukturalis ini berpandangan bahwa pemberdayaan adalah upaya untuk mengembangkan pemahaman masyarakat pada perkembangan pemikiran yang lebih update, yang mempunyai penekanan pada segi pendidikan dalam masyarakat tersebut. Langkah yang diambil oleh pemerintah Kota Batu pada perspektif ini adalah salah satunya adalah adanya penyelenggaraan pelatihan dan pendidikan bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam manajemen bisnis, pemasaran, dan penggunaan teknologi e-commerce.

Untuk dapat memberdayakan UMKM di era transformasi bisnis pada industri e-commerce, diperlukan berbagai upaya, antara lain:

- 1) Peningkatan kapasitas dan kapabilitas UMKM, Pemerintah dan stakeholder terkait perlu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitasnya, baik dari sisi teknis maupun non-teknis. Pelatihan dan pendampingan ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti manajemen usaha, pemasaran digital, dan strategi bisnis.
- 2) Peningkatan akses pembiayaan, UMKM perlu mendapatkan akses pembiayaan yang terjangkau untuk mengembangkan usahanya. Pemerintah dan lembaga keuangan dapat memberikan insentif dan kemudahan akses pembiayaan bagi UMKM.
- 3) Peningkatan promosi dan pemasaran, Pemerintah dan stakeholder terkait perlu membantu UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produknya secara online. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai program, seperti pameran online, kurasi produk UMKM, dan kerja sama dengan platform e-commerce.

Strategi pemberdayaan UMKM di Kota Batu, Malang, yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Batu mungkin melibatkan berbagai pendekatan dan program. Berikut ini adalah beberapa strategi umum yang biasanya diterapkan dalam pemberdayaan UMKM di berbagai wilayah, termasuk di Kota Batu:

- **Pelatihan dan Pendidikan:** Pemerintah Kota Batu dapat memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pemilik UMKM dalam berbagai aspek, termasuk manajemen bisnis, pemasaran, dan penggunaan teknologi e-commerce. Ini akan membantu UMKM dalam meningkatkan kompetensinya dan menghadapi perubahan dalam bisnis.
- **Akses ke Sumber Daya Keuangan:** Program pemberdayaan UMKM dapat mencakup penyediaan akses ke modal atau pinjaman dengan suku bunga yang bersaing. Ini membantu UMKM untuk memperluas bisnis mereka dan berinvestasi dalam teknologi e-commerce.
- **Pengembangan Pasar:** Pemerintah Kota Batu dapat mendukung UMKM dalam mengembangkan pangsa pasar mereka. Ini bisa melibatkan promosi produk lokal, partisipasi dalam pameran, atau pembentukan kerja sama dengan platform e-commerce besar untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.
- **Penggunaan Teknologi E-commerce:** Pemerintah dapat memberikan insentif atau dukungan dalam hal adopsi teknologi e-commerce, termasuk bantuan dalam pembuatan toko online, pelatihan dalam manajemen platform e-commerce, dan akses ke infrastruktur teknologi yang diperlukan.
- **Dukungan Hukum dan Regulasi:** Pemerintah Kota Batu dapat menciptakan regulasi yang mendukung perkembangan UMKM dalam bisnis e-commerce, termasuk dalam hal perlindungan hak kekayaan intelektual, hukum kontrak, dan perlindungan konsumen.
- **Kemitraan dengan Swasta dan Organisasi Non-Pemerintah (LSM):** Pemerintah dapat bekerja sama dengan perusahaan swasta dan LSM yang berfokus pada pemberdayaan UMKM. Kerjasama ini dapat mencakup penyediaan sumber daya, pelatihan, dan modal.
- **Pengukuran dan Evaluasi Kinerja:** Pemerintah dapat mendirikan sistem pengukuran dan evaluasi kinerja UMKM yang terlibat dalam program pemberdayaan. Hal ini memungkinkan untuk melacak dampak dari program-program tersebut dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Berbicara tentang pemberdayaan UMKM, pada perjalanannya ternyata masih memiliki beberapa masalah yang mendasar salah satunya adalah tantangan bagi para pelaku UMKM dalam pengembangan bisnisnya sendiri seperti keterbatasan dari segi modal mereka dan pengelolaan aset usaha yang belum berjalan dengan tertib. Kegiatan pemberdayaan

masyarakat bisa diwujudkan dengan salah satu solusinya adalah pemberian sosialisasi, dengan harapan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat para pelaku UMKM khususnya. Kegiatan tersebut harus melibatkan beberapa orang termasuk pelaku UMKM aktif, struktur pemerintahan daerah, perangkat daerah, serta tokoh-tokoh masyarakat secara umum. Rangkuman sosialisasi harus menyampaikan materi yang mencakup pemanfaatan teknologi berbasis e-commerce, dan strategi dalam identitas merek brand produk para pelaku UMKM sebagai kesadaran untuk paham akan identitas bisnis bagi pelaku UMKM tersebut.

Dengan pemberian materi sosialisasi secara cermat, diharapkan juga masyarakat memiliki pemahaman lebih baik tentang strategi bisnis yang terkoneksi dengan lingkungan digital, masyarakat khususnya yang menjalankan UMKM, sehingga diharapkan bagi mereka untuk dapat berinovasi mengambil step by step yang tepat dalam menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang akan terus mengalami perkembangan di dunia transformasi bisnis kedepannya. Pengimplementasian strategi sosialisasi harus memiliki dukungan untuk peralihan bagi para UMKM ke ranah yang lebih modern yaitu ranah digital seperti sekarang ini karena semakin penting mengingat intensitas pangsa pasar dari segi persaingan yang semakin ketat dan bertumbuh seiring waktu mengikuti kemajuan teknologi. Perlu adanya dorongan pada ranah digitalisasi bisnis sebagai bentuk respons adaptif pada lingkungan-lingkungan bisnis yang naik turun.

Sangat penting untuk memberikan pembelajaran bagi pelaku UMKM di Kota Batu mengenai pemakaian media sosial dan e-commerce sebagai pemanfaatan untuk meningkatkan hasil penjualan produk. E-Commerce tersebut merujuk pada suatu sistem di media elektronik yang berfokus dalam proses transaksi jual-beli dan pemasaran barang/jasa yang dalam praktiknya dilakukan secara online saja.

Para pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk membantu transaksi jual-beli produk agar meningkat hasil penjualannya dengan lebih efektif. Membuat akun pada platform e-commerce dan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube dan lainnya supaya pemasaran produk lebih berkembang dan menarik para pelanggan lebih banyak lagi

Dalam penelitian ini, kami melakukan analisis terhadap dampak pemberdayaan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mendapat pelatihan dan dukungan dalam mengadopsi e-commerce memiliki peningkatan omset yang signifikan. Selain itu, UMKM yang lebih terampil dalam memanfaatkan teknologi e-commerce juga lebih mampu bersaing dan memperluas pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun nasional. Ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan UMKM telah memberikan kontribusi yang positif

dalam menjawab tantangan transformasi bisnis e-commerce.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam era transformasi bisnis yang dipacu oleh industri e-commerce, pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kota Batu, Malang, menjadi hal yang sangat penting. Melalui studi ini, kami dapat menyimpulkan beberapa poin kunci yang menggambarkan dampak dan tantangan dalam mendorong pertumbuhan UMKM di lingkungan yang semakin terdigitalisasi.

1. Potensi pertumbuhan UMKM, Kota Batu memiliki UMKM yang beragam, yang beroperasi dalam berbagai sektor seperti kuliner, kerajinan, pariwisata, dan pertanian. Potensi pertumbuhan UMKM di era e-commerce sangat besar, terutama dengan dukungan infrastruktur digital yang semakin berkembang.
2. Tantangan integrasi e-commerce, UMKM menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan bisnis mereka ke dalam platform e-commerce. Perlu upaya lebih lanjut dalam memberikan pelatihan, dukungan teknis, dan akses ke platform e-commerce yang sesuai.
3. Koneksi dengan konsumen, e-commerce memungkinkan UMKM Kota Batu untuk mencapai pasar yang lebih luas sampai ke luar negeri, tetapi juga menuntut pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen dan kemampuan untuk memenuhi ekspektasi konsumen secara online.
4. Kolaborasi dan jaringan, kolaborasi antar UMKM dan dengan pemangku kepentingan lainnya seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM.
5. Perlu dukungan kebijakan, Pemerintah dan lembaga terkait harus berperan aktif untuk memberikan dukungan dalam bentuk kebijakan, program pelatihan, insentif pajak, dan sumber daya lainnya untuk memfasilitasi transformasi UMKM Kota Batu ke dalam e-commerce.

Kesimpulan ini menggarisbawahi pentingnya kerja sama antara UMKM, pemerintah, dan sektor swasta dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Batu, Malang, di era e-commerce. Melalui upaya bersama ini, UMKM dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh transformasi bisnis ini dan berkontribusi secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Prasetyo Satriyo Wibowo (2022). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Paska Berlakunya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja*. Jurnal Budget Vol. 7 Edisi 1, 2022.
- Indah Suryati (2021). *Pengaruh Ukuran Usaha dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry di Kecamatan Makasssar Tahun 2019*. Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurja. Vol. 1, No. 1, Januari 2021.
- Agustina Siwi Tri (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Indonesia 4.0*. Bogor: Mitra Wacana Media
- Prayudhi Fadhilah, A. Yuniarti (2023). *Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo*. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan. Vol. 2 No 1, Juli-September 2023, pp 291-298.
- Nandang M & Ishartono (2018). *Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM di Desa Sakerta Barat dan Sakerta Timur, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan*. Jurnal Penelitian dan PPM. Vol. 5 No.1 Hal 33-34.
- Desi Suryati & Baiq Salkiah (2019) *Analisis Program Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Pada UMKM di Kota Mataram*. Jurnal Binawakya. Vol. 13 No. 12 Juli 2019.
- Ayuni Lathifah (2019). Skripsi berjudul *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Asosiasi Mekarsari Kelurahan Kandri Kecamatan GunungPati Kota Semarang*. Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang.
- Priska Wulan Ndari, Fuad Achmadi, Prima Vitasari (2020). *Implementasi Kesiapan UKM di Kota Malang di Era Revolusi Industri 4.0*. Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri, Vol. 6 No. 2, Agustus 2020. Pascasarjana Institut Teknologi Nasional Malang.
- Murdani, Sus Widayani, Hadromi (2019). *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan GunungPati Kota Semarang)*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. ABDIMAS 23 (2) (2019): 152-157.
- Dadan Sutrisno, Agus Suryono, Abdullah Said (2016). *Perencanaan Strategis Sektor Usaha Mikro Dalam Mengatasi Permasalahan Pemasaran (Studi di Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Batu)*. Jurnal Wacana - Vol. 19, No. 2 (2016). ISSN: 1411-0199.
- Pradnya Paramita Hapsari, Abdul Hakim, Saleh Soeaidy (2014). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintahan Kota Batu)*. Jurnal Wacana - Vo.7, No. 2 (2014). ISSN: 1411-0199.
- UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.