

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Pembahasan hasil analisa dalam penelitian ini merupakan informasi, data dan fakta yang ada di lapangan yang ada di lapangan yang diperoleh dari pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan.

Keterkaitan antara strategi dengan teori yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pelaksanaan strategi tersebut Adapun uraian dan penjelasan terkait dengan korelasi antara strategi yang diterapkan dengan indikator-indikator yang ada dalam teori Geoff Mulgan (2009) yang terdiri dari 5 indikator yakni tujuan, lingkungan, pengarah, tindakan, dan pembelajaran. Pembahasan dari indikator strategi tersebut dengan strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan telah sesuai dan telah terpenuhi serta mampu menarik kesimpulan dan yang dalam hal ini pelaksanaannya berjalan dengan baik.

#### **1.1 Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dalam Pengembangan Digitalisasi UMKM**

##### **5.1.1 Tujuan**

Sektor informal adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting, hal tersebut dapat dilihat dari kontribusi sektor informal terhadap pendapatan nasional. Yang mana, sektor informal terdiri dari usaha mikro kecil dan menengah yang telah berhasil menunjukkan eksistensinya pada perekonomian Indonesia dalam situasi apapun mampu tetap bertahan, bahkan dalam kondisi ekonomi terpuruk sekalipun masih dapat mengalami pertumbuhan dan menyerap tenaga kerja.

Peran penting UMKM tersebut sejalan dengan pentingnya adaptasi UMKM terhadap penggunaan teknologi dan informasi dalam menciptakan keberlangsungan UMKM tersebut. Pada era revolusi industri 4.0 ini, UMKM dituntut untuk bisa menerapkan digitalisasi dalam aktivitasnya sehari-hari

guna meningkatkan produktivitasnya, baik teknologi dalam hal produksi, distribusi, pemasaran, hingga sistem pembayaran.

Sementara untuk tujuan dari pelaksanaannya sendiri jika dilihat berdasarkan observasi dan wawancara selama penelitian, bahwa tujuan digitalisasi dengan mengenalkan produk UMKM ke pasar digital bisa menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga memiliki potensi besar untuk terjual. Tentu saja, hal ini memberikan dampak yang positif. Selain menambah pendapatan usaha, bisnis UMKM akan semakin berkembang pesat. Stok barang yang hendak dijual pun bertambah. Begitu pula dengan jumlah tenaga kerja yang membantu produksi. Bahkan, bisa menciptakan berbagai inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar.

Berdasarkan data di lapangan yang diperoleh bahwasanya dalam tujuan pengembangan UMKM agar “naik kelas” masih belum tercapai, yang terlihat dari sangat kecilnya kontribusi usaha besar dalam perekonomian. program pengembangan digitalisasi UMKM dari pemerintah hanya mampu menjangkau sebagian kecil UMKM yang kemudian terus berulang menjadi penerima manfaat program. Dengan kata lain, program yang sama cenderung diakses oleh UMKM yang sama berulang kali. Hal ini mempengaruhi lambatnya upaya pemerintah untuk meningkatkan skala UMKM secara luas.

Sehingga tujuan tersebut masih belum sepenuhnya terpenuhi oleh UMKM karena masih memiliki hambatan dalam teknologi, rendahnya pendidikan, keterampilan, dan pengalaman. Sedangkan dalam program digitalisasi tidak tercantum dalam peraturan daerah dan hanya terdapat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dan tidak secara spesifik bahwa hal tersebut adalah program digitalisasi. Tujuan RPJMD Menetapkan dan menjabarkan visi dan misi Kepala Daerah terpilih ke dalam bentuk strategi, kebijakan, dan program. Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dalam melaksanakan tugas pokok serta fungsinya, mengacu pada misi ke-4, yaitu meningkatkan ekonomi berbasis nilai tambah tinggi di sektor ekonomi kreatif dengan agenda pembangunan meningkatkan ekonomi untuk mengurangi kesenjangan. Adapun sasaran yang hendak dicapai berdasarkan

misinya tersebut, yaitu meningkatnya kontribusi sektor terhadap perekonomian kota melalui UMKM dan Koperasi. Adapun program Kepala Daerah terpilih yang akan dilaksanakan terkait dengan tugas pokok dan fungsi Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah antara lain Pendampingan *entrepreneur* ekonomi kreatif dan *e-commerce*.

Dari hal tersebut berkaitan dengan perkembangan UMKM melalui peningkatan dengan mengelola SDM untuk mengarah atau berbasis teknologi. Sama halnya dengan mengarahkan digitalisasi untuk mengoptimalkan upaya pemasaran bagi produk sehingga menghasilkan produk yang unggul. Namun pada realisasinya masih perlunya pengembangan koperasi dan UMKM berbasis teknologi (koperasi modern dan UMKM berbasis ekonomi kreatif serta teknologi). Serta Perlunya peningkatan sumber daya Koperasi dan UMKM untuk meningkatkan jumlah koperasi berkualitas dan jumlah tenaga kerja UMKM.

Jika mengukur strategi ini dengan indikator teori geoff maka akan menemukan ketepatan dan kesesuaian. Dilihat dari tujuan dari strategi tersebut maka tujuan dari rencana pembangunan jangka menengah desa atau disingkat RPJMD memiliki tujuan yang berorientasi meningkatkan ekonomi berbasis nilai tambah tinggi di sektor ekonomi kreatif.

### **5.1.2 Lingkungan**

Lingkungan dengan menggunakan analisis SWOT untuk melihat atau mengidentifikasi dengan tujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan yang ada dalam digitalisasi UMKM di Tangerang Selatan. Mengidentifikasi peluang digitalisasi UMKM di Tangerang Selatan dengan mengetahui peluang, baik peluang saat ini maupun peluang di masa yang akan datang. Mengidentifikasi kelemahan bertujuan untuk dapat mengetahui apa kelemahan-kelemahan yang masih ada, dan dengan mengetahui kelemahan tersebut dapat memberikan solusi. Mengidentifikasi ancaman bertujuan untuk mengetahui apa ancaman yang dirasakan oleh UMKM dalam melakukan digitalisasi. Hal tersebut telah terurai sebagai berikut:

**Tabel 5.1 Analisis SWOT**

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki SDM dengan kemampuan menguasai digitalisasi</li> <li>2. Memiliki ilmu dan pengetahuan mengenai digitalisasi</li> <li>3. Mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi</li> <li>4. Memiliki akses internet yang memumpuni untuk UMKM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rendahnya minat dan kesadaran dalam mengikuti perkembangan zaman</li> <li>2. Kurang ilmu dan pengetahuan dalam memanfaatkan digitalisasi UMKM</li> <li>3. Memiliki usia yang kurang produktif dalam mengelolah usaha</li> <li>4. Kurangnya modal dari pelaku UMKM</li> <li>5. Kurang promosi dan inovasi dalam mengembangkan produk</li> <li>6. Pemberdayaan UMKM masih belum dilaksanakan secara menyeluruh</li> </ol>
Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas akses pasar dan nilai jual tinggi</li> <li>2. Kemudahan dalam melakukan akses digitalisasi</li> <li>3. Meningkatkan proses digital marketing dengan membuat iklan yang menarik</li> <li>4. Mempermudah dalam menginovasi produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rentan terhadap penipuan dan kebocoran data dalam <i>marketplace</i></li> <li>2. Semakin banyak pesaing yang menggunakan pemasaran digital</li> <li>3. Ada usaha sejenis yang menawarkan harga yang lebih murah</li> <li>4. Ada <i>marketplace</i> yang menjual produk sejenis dengan berbagai varian harga</li> <li>5. Kurangnya inovasi dan promosi dalam mengembangkan produk</li> </ol>

### 1.1.1.1 Kekuatan

Adanya transformasi digital dalam bidang ekonomi atau yang lebih dikenal dengan digital ekonomi, memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi untuk menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi iklim perubahan yang terjadi saat ini, meningkatkan kemudahan jaringan dan melakukan pertukaran teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis (Slamet et al., 2016). Kemampuan ahli digital dan internet ini adalah hal yang sudah mutlak yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan usaha.

Berdasarkan hal di atas menjelaskan bahwa yang menjadi faktor yang utama dalam hal digitalisasi UMKM dengan menyesuaikan dan mempunyai daya tahan yang sangat baik di pasar persaingan baik nasional maupun internasional, sehingga menjadi modal utama bagi UMKM untuk menjadi pebisnis atau pengusaha UMKM utama dalam ekonomi digital. Hal tersebut berarti bahwa keterampilan sumber daya manusia dalam penggunaan platform-platform digital tidak dapat lagi dihindarkan, baik oleh konsumen maupun pengusaha UMKM agar tetap dapat eksis dan dapat bersaing. UMKM harus dapat merespon dinamika permintaan yang terjadi di masyarakat.

Sedangkan dalam Sumber daya yang dihasilkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan sangat terbatas karena dalam pengurusan pada bidang UMKM terdapat kurang lebih 20 orang namun dalam 1 bidang tersebut kemudian terpecah menjadi subbagian program kegiatan, sehingga dalam bagian digitalisasi program hanya terdapat 3-4 orang. Hal tersebut sangat tidak efektif dan efisien karena dilihat dari jumlah UMKM di Kota Tangerang Selatan mencapai 149.644 unit pada tahun 2022.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, menunjukkan bahwa dalam sumber daya untuk menjalankan digitalisasi UMKM masih memiliki kekurangan sehingga prosesnya masih belum berjalan secara optimal sehingga peran dari pemerintah sendiri harus siap dalam memberikan kesiapan untuk

UMKM dengan memberikan program percepatan transformasi digital dalam pemberdayaan sumber daya melalui literasi digital untuk mampu beradaptasi.

#### **1.1.1.2 Peluang**

Ekonomi digital semakin berkembang membuka peluang yang harus dimanfaatkan, terutama oleh pelaku UMKM. Pengembangan digitalisasi pada dasarnya sudah masuk ke setiap perekonomian. Semua terkoneksi sedemikian dekat dengan teknologi digital sehingga pelaku UMKM perlu mengubah pola pikir terkait penggunaan perangkat digital.

Di satu sisi, digitalisasi, otomatisasi, dan penggunaan kecerdasan buatan dalam aktivitas ekonomi akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam produksi modern, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Digital teknologi juga membantu proses pembangunan pengembangan UMKM seiring berkembangnya e-commerce. Di samping itu, tumbuhnya berbagai aktivitas bisnis dan jual beli berbasis online belum dibarengi dengan upaya pengoptimalan penerimaan negara serta pengawasan kepatuhan pajak atas transaksi-transaksi. Hal ini penting mengingat transaksi digital bersifat lintas negara.

Adapun dari oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan memberikan peluang yang besar untuk UMKM dalam menguasai teknologi maka oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan memberikan pelatihan. pelatihan ini berupa pelatihan marketing dan pelatihan digital manajemen, dari kedua pelatihan tersebut dilaksanakan untuk memberikan peluang bagi UMKM untuk menguasai teknologi dan memberikan inovasi serta dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi.

Sedangkan peluang yang dirasakan menurut UMKM dengan mengarahkan usaha secara digitalisasi dengan memanfaatkan teknologi serta mengenalkan usaha ke internet untuk mendapatkan peluang yang lebih besar dan lebih efektif, UMKM mulai mempromosikan produk dan layanan melalui platform digital, baik dalam bentuk gambar dan video. Lalu, membuat toko online di marketplace untuk memudahkan pelanggan

menemukan produk yang dijual. Dari hal tersebut dapat meningkatkan pemasukan setelah dilakukannya penjualan secara digital.

Berdasarkan penjelasan di atas, didapati bahwa peluang dalam digitalisasi untuk UMKM sangat besar dampaknya sehingga membuat perubahan dalam perkembangan UMKM serta peran oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan telah memberikan peluang untuk UMKM dengan memberikan pelatihan khusus untuk mengarahkan usaha untuk digitalisasi.

### **1.1.1.3 Kelemahan**

Ekonomi digital membawa tantangan terutama bagi para pengusaha UMKM, khususnya pengusaha mikro dan pengusaha kecil yang saat ini masih belum banyak memanfaatkan digitalisasi dalam aktivitas perdagangan. sehingga yang menjadi kelemahan dalam mengembangkan teknologi ketika usaha rendahnya minat dan kesadaran para pelaku usaha mikro dalam mengikuti perkembangan zaman terutama pelaku usaha mikro yang terdiri dari kaum ibu-rumah tangga dan lansia, kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam hal ini meliputi kurangnya pengetahuan manfaat digitalisasi terhadap produktivitas usahanya, kurangnya pengetahuan menggunakan smartphone dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, serta keterbatasan modal yang dalam hal ini terkait dengan keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki kurang, misalnya tidak semua pelaku usaha mikro dan kecil memiliki smartphone atau komputer dan tidak semua bisa memiliki akses internet yang baik, sehingga menyebabkan kesulitan berpartisipasi dalam ekosistem digital.

Menurut oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan menjelaskan bahwa kelemahan digitalisasi UMKM yaitu dengan adanya faktor usia yang kurang memahami kemajuan teknologi serta manfaat yang dirasakan ketika beralih dalam digitalisasi, karena dalam pandangan UMKM yang memiliki umur diatas 40 tahun mengatakan dengan menggunakan teknologi dalam usaha akan mempersulit karena ketika sudah di usai yang kurang produktif ketika diberikan arahan dalam hal

memanfaatkan teknologi untuk usaha akan lebih lambat dalam menanggapi hal tersebut.

Adapun dari para UMKM terkait kelemahan dalam mengadopsi digitalisasi untuk usaha bahwa yang menjadi faktor kelemahan salah satunya kurangnya pengetahuan dalam mengoperasikan teknologi serta adanya keterbatasan modal yang dirasa oleh UMKM. sehingga ketika kekurangan modal tersebut mengakibatkan sumber daya menjadi melemah dan kurang mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Hal tersebut yang menjadi kendala yang harus dibenahi karena akan menjadi boomerang bagi UMKM dikarenakan akan selalu seperti itu.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan teknologi informasi oleh sektor UMKM masih belum optimal. Hal ini dikarenakan sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki keterampilan atau kemampuan dalam mengelola teknologi. Kenapa demikian karena ada faktor umur serta Pendidikan yang melatar belakangi hal tersebut yang menjadikan UMKM kurang menguasai dan sulit beradaptasi dalam penggunaan teknologi dan informasi ke dalam usaha sehingga mengakibatkan kemampuan, dan skill terhadap teknologi informasi dan komunikasi untuk usaha relatif rendah. Faktor usia atau umur ditemukan sebagai penyebab utama pelaku UMKM enggan untuk belajar kembali. Sehingga melakukan pemanfaatan teknologi dan komunikasi khususnya dalam usaha sangat sulit dilakukan atau akan lambat dalam prosesnya.

#### **1.1.1.4 Ancaman**

Tantangan utama yang dihadapi oleh usaha mikro dan usaha kecil terkait kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah rendahnya pendidikan, keterampilan, dan pengalaman serta akses informasi (Saribu, 2017) dalam (Pratiwi, 2020). masyarakat yang senantiasa berubah/dinamis baik dari segi selera maupun kebutuhan, menyebabkan para pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan /menyediakan produk dan jasa, serta mampu berpikir out of the box dalam menciptakan sesuatu yang tidak biasa/unik. persaingan yang semakin tinggi karena kemajuan teknologi



mendorong kerja sama antar pelaku bisnis bahkan melalui dunia maya, yang artinya pelaku bisnis dapat menjalin kerja sama dengan belahan dunia mana saja dan memperoleh kompetitor dari berbagai bisnis lain dari berbagai belahan dunia mana saja.

Sementara menurut oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan bahwa ancaman dari pengadaan digitalisasi sangat rentang terhadap skimmer atau penipuan yang mengakibatkan kebocoran data hal tersebut sangat rentan dialami oleh UMKM salah satunya dalam marketplace. Sehingga harus ada pelatihan dalam hal pencegahan untuk menangani skimmer atau penipuan untuk meminimalisir keadaan.

Sedangkan dari UMKM sendiri yang menjadi faktor utama dalam ancaman merupakan adanya persaingan yang ketat dalam pasar yang mengakibatkan siklus pasar terus berjalan dengan harga pasar yang berbeda. Hal tersebut yang mengharuskan UMKM terus berinovasi untuk membentuk beragam keunggulan dalam hal yang ingin di perjual belikan kepada masyarakat luas.

Berdasarkan penjelasan diatas didapati bahwa ancaman memang selalu ada dalam usaha baik dari persaingan harga ataupun lainnya yang merupakan hal yang sangat umum dalam dunia usaha. Namun hal tersebut harus dijadikan contoh untuk membangun usaha untuk terus berkembang untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang dengan memanfaatkan teknologi serta harus mempelajari rentannya skimmer atau penipuan dalam membangun usaha dalam digitalisasi untuk menghindari penipuan.

### **5.1.3 Pengarahan**

Pengarahan merupakan salah bentuk untuk mewujudkan suatu program sehingga adanya pendampingan yang diberikan oleh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan digitalisasi UMKM dan memberikan sosialisasi kepada UMKM untuk bersedia diberikan pendampingan secara intensif.

Adapun mengenai pengarahan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dalam bentuk pelatihan, yaitu pelatihan digital marketing yang tersedia melalui website dan dapat pendaftar untuk mempermudah dalam mengakses. Hal tersebut tidak sepenuhnya dapat diakses oleh UMKM karena keterbatasan penerimaan peserta yang hanya menerima 40 peserta. yang seharusnya dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dengan menambah jumlah kuota peserta sehingga lebih banyak UMKM untuk ikut peran dalam pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan.

Namun penjelasan dari UMKM mengatakan bahwa pengarahan tidak dilakukan secara menyeluruh dikarenakan hanya sebagian UMKM yang mendapatkan pengarahan dalam bentuk sosialisasi yang oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Mengapa demikian karena UMKM paling dominan melakukan digitalisasi secara mandiri dengan mempelajari melalui internet ataupun media lainnya seperti youtube. Hal tersebut dilakukan karena proses untuk mengikuti pengarahan atau sosialisasi dalam bentuk pelatihan dari dinas sangat panjang sehingga UMKM memilih melakukan digitalisasi secara mandiri.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, menunjukkan bahwa pengarahan yang dilakukan oleh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan untuk membantu UMKM mengarah ke digitalisasi agar lebih dipermudah dengan memberikan pelatihan melalui prosedur yang tidak rumit atau panjang sehingga membuat minat UMKM untuk mengikuti pelatihan. Namun tidak dipungkiri bahwa peran serta tidak hanya dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan tetapi dari pihak kampus pun ikut terlibat dalam membangun digitalisasi untuk UMKM. dan pada kenyataan memang tidak semua UMKM mendapatkan pengarahan yang telah diuraikan seperti diatas. Salah satunya dengan bantuan yang didapatkan oleh pihak eksternal yaitu kampus atau mahasiswa yang sedang menjalankan KKN dengan memberikan pengarahan sosialisasi mengenai pelatihan digital untuk membangun kinerja SDM agar dapat beradaptasi sehingga berperan dengan semestinya. Padahal

peran Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan yang seharusnya membangun UMKM bukan pihak eksternal lah yang memberikan pengarahan tersebut, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dinas belum sepenuhnya optimal dalam memberikan pengarahan kepada UMKM yang mengakibatkan turut sertanya peran eksternal yang terlibat.

Secara bidang keilmuan Administrasi Publik, bahwa dalam pengembangan UMKM nyatanya selalu ada pelatihan namun dalam pemahaman pelatihan tersebut tidak semua UMKM memahami pelatihan karena materi yang disampaikan selalu berputar pada materi yang sama. Contohnya 25 UMKM yang mengikuti pelatihan tetapi yang memahami pelatihan hanya 5 orang, hal tersebut yang mengakibatkan pelatihan tersebut kurang maksimal yang seharusnya tidak cukup ketika mengimbangi pengembangan UMKM dengan pelatihan namun harus ada praktek dengan pendampingan secara online maupun offline atau konsultasi dengan datang ke kantor untuk membuat janji sehingga kebutuhan yang diinginkan terpenuhi.

Strategi pemerintah ini sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Geoff yang berkaitan dengan pengarahan karena instruksi pengarahan yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan merupakan pengarahan dalam bentuk sosialisasi pelatihan. Sehingga dalam implementasinya sosialisasi tersebut mengedukasi setiap UMKM dalam menata pengembangan Digitalisasi UMKM, Kemudian pengarahan akan terfokus dan lebih terlaksana atau pelaksanaannya lebih terarah.

#### **5.1.4 Tindakan**

Mengenai upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan UMKM oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Tangerang Selatan menemukan bahwa faktor penghambat dalam pelaksanaan upaya digitalisasi adalah rendahnya minat dan kesadaran para pelaku usaha mikro dalam mengikuti perkembangan zaman terutama pelaku usaha mikro yang terdiri dari kaum ibu-rumah tangga dan lansia, kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam hal ini meliputi kurangnya pengetahuan manfaat digitalisasi terhadap

produktivitas usahanya, kurangnya pengetahuan menggunakan smartphone dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, serta keterbatasan modal yang dalam hal ini terkait dengan keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki kurang, misalnya tidak semua pelaku usaha mikro dan kecil memiliki smartphone atau komputer dan tidak semua bisa memiliki akses internet yang baik, sehingga menyebabkan kesulitan berpartisipasi dalam ekosistem digital (Pratiwi, 2020).

Maka adanya tindakan yang diambil dalam permasalahan tersebut seperti dari oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan hal yang dilakukan dengan memberikan sosialisasi berupa bimbingan teknis serta memberikan sarana dan prasarana namun tidak semua UMKM mendapatkan fasilitas sarana dan prasarana dikarenakan keterbatasan anggaran. Dalam membangun Tindakan tersebut diadakannya pelatihan dalam program digital marketing untuk mengembangkan digitalisasi UMKM dengan memberikan pengarahan untuk membentuk akun untuk bisnis dan memberikan pengarahan untuk prosesnya.

Sedangkan dari UMKM menjelaskan bahwa yang terlibat dalam pelaksanaan program digital marketing sangatlah sedikit sehingga hal tersebut kurang optimal dan perlunya dorongan dari pemerintah setempat untuk membangun motivasi UMKM untuk ikut peran serta dalam membangun digitalisasi UMKM.

Disimpulkan bahwasanya dalam hal tindakan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan masih belum berjalan dengan baik. dikarenakan banyak kekurangan yang ada salah satunya keterbatasan anggaran mengakibatkan tidak menyeluruhnya fasilitas sarana dan prasarana yang dirasakan oleh UMKM. Pelatihan yang diberikan berupa digital marketing tidak semua UMKM mendapatkan pelatihan tersebut dikarenakan kurangnya dorongan atau motivasi yang diberikan dari pemerintah dalam proses pengembangan digitalisasi, Serta kurang peran sumber daya manusia pendukung dalam memberikan pelatihan yang mengakibatkan sasaran UMKM pun menjadi terbatas.

Strategi dari tindakan yang dilakukan oleh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan jika diukur dengan indikator pelaksanaan teori strategi oleh Geoff tentu bisa dikatakan telah sesuai. Karena pada Tindakan yang dilakukan dalam pengembangan digitalisasi UMKM dengan memberikan koordinasi berupa sarana dan prasarana serta dorongan maupun motivasi dalam pelaksanaannya dan memberikan pemahaman mengenai pelatihan digital marketing kepada UMKM dengan tujuan memberikan wawasan.

### **5.1.5 Pembelajaran**

Pembelajaran merupakan tolak ukur atau perbandingan dari evaluasi yang telah dilakukan. Dalam pembelajaran yang didapat oleh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dalam digitalisasi UMKM bahwa strategi yang dijalankan sudah berjalan namun belum terlaksana secara optimal. Hal tersebut diakibatkan dengan kurangnya sumber daya yang dimiliki dinas sehingga UMKM tidak secara menyeluruh mendapatkan pelatihan digital. Kemudian yang harus dilakukan dinas terkait sumber daya yang dimiliki dengan memberikan Pendidikan untuk mengoptimalkan kinerja hal tersebut bertujuan dalam rangka meningkatkan kemampuan SDM untuk memberikan pelatihan digitalisasi UMKM. Dari hal kekurangan SDM yang dimiliki dinas maka mengakibatkan kurangnya kuota yang dibuka dalam pendaftaran pelatihan digital marketing. Maka dari itu yang menjadi evaluasi yaitu dengan memperhatikan pelaksanaan kegiatan pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, dengan mengevaluasi peserta UMKM dari 3 tahun terakhir ketika sudah mengikuti dari awal tahun maka akan mendahulukan yang belum mendaftar dalam pelatihan dari tahun sebelumnya. Hal tersebut dilakukan agar anggaran yang dikeluarkan lebih tetap sasaran.

Sedangkan dari UMKM bahwa digitalisasi sejalan dengan pentingnya adaptasi UMKM terhadap penggunaan teknologi dan informasi dalam menciptakan keberlangsungan UMKM. Pada era revolusi industri 4.0 ini, UMKM dituntut untuk bisa menerapkan digitalisasi dalam aktivitasnya

sehari-hari guna meningkatkan produktivitasnya, baik teknologi dalam hal produksi, distribusi, pemasaran, hingga sistem pembayaran. Sehingga peran pemerintah dalam membentuk UMKM sangat penting dengan memberikan motivasi dan dorongan untuk membangun ekonomi dalam UMKM.

Strategi yang dilaksanakan oleh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan yang bisa dilihat di atas merupakan strategi yang cukup baik setelah sesuai dengan indikator teori yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara dan hasil reduksi data peneliti mampu memetakan serta melihat strategi tersebut cukup baik dengan memperhitungkan indikator-indikator. Strategi tersebut secara harfiah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan untuk memudahkan melaksanakan Pengembangan digitalisasi UMKM di Kota Tangerang Selatan dengan tujuan meningkatkan ekonomi berbasis nilai tambah tinggi di sektor ekonomi kreatif. Walaupun dalam Implementasinya masih belum optimal strategi yang dilakukan dalam Pengembangan UMKM memerlukan kebijakan yang memiliki sasaran di setiap proses pemetaan program pengembangan digitalisasi UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Secara bidang keilmuan Administrasi Publik, diperlukan mengenai pembelajaran terhadap oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan dengan memberikan berbagai pelatihan yang mendukung stimulus kinerja UMKM untuk bisa terus berkembang dengan pelatihan keuangan, pelatihan digital marketing, pendampingan merk, dan yang paling utama dengan membuat *marketplace* sehingga UMKM dapat membangun branding di *marketplace*. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan output yang diharapkan untuk UMKM serta oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan.