

PENGUKURAN KESIAPAN TRANSFORMASI DIGITAL UMKM DI KABUPATEN SLEMAN

Siti Insani

sitiinsani.adiwinata@gmail.com

Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.301, Bandung

Widwi Handari Adjie

widwihandari@gmail.com

Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.301, Bandung

Abstract

The objective of this research is to provide measurements of Digital Transformation readiness to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sleman Regency. The purpose of this measurement is that what is measured in this activity can serve as one of the references for broader implementation in Sleman Regency. Furthermore, it also aims to evaluate the digital transformation readiness in Sleman Regency by conducting assessments and providing recommendations to the local government. The research object is MSMEs in Sleman Regency. The research method involves qualitative and quantitative measurement methods using several indicators and literature studies. Based on the assessment results, generally, the digital readiness of MSMEs in the Sleman Regency government environment shows an average level of ad-hoc (55%), Traditional (29%), and Go Digital (15%). These values emerge from several domains, namely people, processes, technology, and data. Suggestions that can be given include focusing on the development of human resources as the main focus in the digital transformation process to improve the quality of life of MSME actors in general, conducting digital training to enhance competencies, and developing a roadmap initiated by the governments.

Keywords : digitalization, MSME, digital transformation, digital readiness

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan pengukuran kesiapan Transformasi Digital kepada UMKM di Kabupaten Sleman. Harapannya apa yang diukur dalam kegiatan ini dapat menjadi salah satu acuan implementasi yang lebih luas di Kabupaten Sleman. Selanjutnya juga mengevaluasi kesiapan transformasi digital di Kabupaten Sleman dengan melakukan assessment dan memberikan rekomendasi kepada pemerintah Kabupaten Sleman. Objek penelitian adalah UMKM di Kabupaten Sleman. Metode penelitian adalah metode pengukuran secara kualitatif dan kuantitatif menggunakan beberapa indikator dan studi literatur. Berdasarkan hasil penilaian secara umum kesiapan digital UMKM di lingkungan pemerintah kabupaten Sleman menunjukkan berada pada rata-rata di level ad-hoc (55%), Tradisional(29%), dan Go Digital (15%). nilai ini muncul dari beberapa domain yaitu people, proses, teknologi, dan data. Adapun saran yang dapat diberikan adalah Pengembangan sumberdaya manusia menjadi fokus utama dalam proses transformasi digital untuk meningkatkan kualitas hidup pelaku UMKM umumnya, elakukan pelatihan di bidang digital untuk peningkatan kompetensi, dan pengembangan peta jalan (roadmap) yang digagas oleh pemerintahan yang berwenang.

Kata kunci : digitalisasi, UMKM, transformasi digital, kesiapan digital

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia, namun demikian dapat dikatakan upaya untuk mengelola UMKM masih belum mendapatkan hasil yang optimal. Dikutip dari kemenkopukm.go.id, Kemenkop UKM memiliki strategi pengembangan digitalisasi UMKM dalam 4 Langkah. Pertama adalah meningkatkan Sumber Daya Manusia dengan mempersiapkan pelaku usaha UMKM agar kapasitasnya bisa meningkat. Kedua adalah mengintervensi perbaikan proses bisnisnya yang diturunkan ke dalam beberapa program. Ketiga adalah perluasan akses pasar yang salah satunya juga Kemenkop UKM bekerja sama dengan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) agar pelaku UMKM bisa menjadi vendor pengadaan barang dan jasa pemerintah. Keempat adalah mengglorifikasi pahlawan lokal pelaku UMKM. Transformasi digital juga menjadi penting mengingat tingginya potensi pasar UMKM Indonesia jika dilihat dari data digital Indonesia. menurut Hootsuite saat ini ada 338 juta pengguna telepon genggam dengan penetrasi pengguna internet 175.4 Juta.

Meskipun transformasi digital mudah untuk dikembangkan secara Teknologi, namun untuk implementasinya masih memiliki berbagai tantangan, Data dari (Harvey Nash, 2017) menunjukkan triliunan dollar terbakar percuma dalam pada 500 perusahaan yang mencoba melakukan implementasi transformasi digital. Dimana hanya 18% yang mampu secara efektif melakukan proses transformasi. Ford pada tahun 2014 dan Generale Elcetric (GE) mengalami kerugian yang tidak sedikit pada proses ini. Kegagalan proyek transformasi digital juga diidentifikasi (Iverson & Dervan, n.d.), menurut penelitian ini 5% perusahaan yang berhasil melakukan proses transformasi, 20% gagal dalam mengotimalkan dengan hanya capaian 50% dari ekspektasi, dan 75% tidak optimal dalam proses implementasi. Kegagalan ini muncul karena berbagai hal, Mc Kinsey Company menyebutkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kegagalan dalam proses transformasi diantaranya adalah dukungan dari manajemen, kesiapan pegawai terhadap perubahan, dan masalah pendanaan.

Berangkat dari permasalahan yang muncul diatas, dapat disimpulkan bahwa sebuah layanan digital perlu perhatian yang serius. Diperlukan kesiapan teknologi, manusia dan tatakelola yang memegang peran penting dalam proses digitalisasi. Oleh karena itu penting untuk mengetahui kesiapan digital UMKM sebelum melakukan proses digitalisasi pada UMKM.

Brangkat dari permasalahan di atas, tujuan dari pengukuran ini adalah :

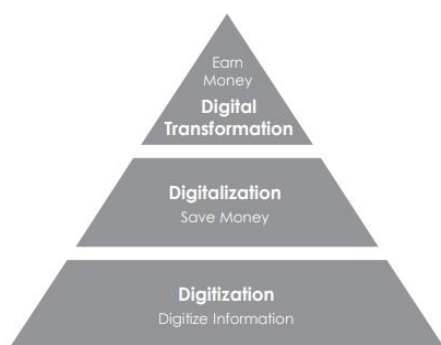
1. Memberikan pengukuran kesiapan Transformasi Digital kepada UMKM di Kabupaten Sleman. Harapannya apa yang diukur dalam kegiatan ini dapat menjadi salah satu acuan implementasi yang lebih luas di Kabupaten Sleman
2. Mengukur dan mengevaluasi kesiapan transformasi digital di Kabupaten Sleman dengan melakukan assessment dan memberikan rekomendasi kepada pemerintah Kabupaten Sleman.

Metode Penelitian

Transformasi digital menjadi suatu hal yang penting dalam aplikasi Sistem Cerdas pada kehidupan sehari-hari. Banyak dari teknologi yang ada sekarang ini sudah dapat membantu pelaksanaan kegiatan sehari-hari dan juga meningkatkan kualitas hidup. Sebelum menggali lebih dalam perlu diketahui definisi dari Transformasi Digital. Transformasi Digital adalah penerapan kemampuan digital pada proses, produk, dan aset untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan nilai pelanggan, mengelola risiko, dan mengungkap peluang monetisasi baru (Schmarzo, 2017). Setelah mengetahui mengenai Transformasi Digital ada juga beberapa istilah yang sering kali sulit dibedakan antara satu dengan yang lainnya ketika membahas topik yang bersangkutan. Istilah yang memunculkan ambiguitas terhadap istilah *Digital Transformation* adalah istilah *Digitalization* dan *Digitization*. Agar tidak menimbulkan kekeliruan dari ketiga istilah ini maka pada Gartner's IT Glossary (Gartner, 2021) telah disusun sedemikian rupa agar pengertian dari ketiga istilah tersebut menjadi lebih mudah dimengerti secara intuitif (Lang, 2021). Pengertiannya adalah sebagai berikut:

- a) *Digitization* adalah proses perubahan dari analog ke bentuk *digital*. Dengan kata lain, *digitalization* membutuhkan proses analog dan mengubahnya menjadi bentuk digital tanpa perubahan fundamental yang mengubah informasi pada proses itu sendiri.
- b) *Digitalization* merupakan penggunaan teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan memberikan pendapatan baru dan peluang menghasilkan nilai.
- c) *Digital Transformation* adalah inovasi baru dari teknologi yang ada untuk proses bisnis digital. Istilah ini banyak digunakan dalam organisasi sektor publik untuk merujuk pada inisiatif sederhana seperti: sebagai menempatkan layanan online atau modernisasi layanan warisan.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa ketiga istilah tersebut secara inheren terkait satu sama lain lainnya dan muncul secara berurutan. Untuk memudahkan dalam pengertinnya juga, pada ahli membuat sebuah ilustrasi pyramidal yang memudahkan hubungan antara ketiga istilah tersebut. Pada Gambar di bawah dapat dilihat bahwa hubungan ketiga istilah itu terkait satu dengan yang lainnya.



Gambar 1 Digital Transformation

Sebuah hal yang sering menjadi miskonsepsi seputar istilah transformasi digital adalah yang memegang peran penting dalam kesuksesannya bukan hanya dari seberapa canggih teknologi yang digunakannya. Namun strategi dalam aplikasi dari transformasi digital itu menjadi kunci utama kesuksesannya. Hal ini

bergantung sangat erat dengan hambatan-hambatan yang nantinya dapat terjadi saat terjadinya transformasi digital. Hambatan tersebut dapat dirangkum sebagai berikut (Abd-Rabo, 2022):

- a) Banyak dari pemegang keputusan yang masih ragu untuk beradaptasi. Mengubah kondisi sekarang karena resiko yang perlu diambil dalam perlunya kedewasaan digital.
- b) Pengetahuan dan keahlian yang kurang memadai. Untuk memastikan transformasi digital yang efektif, lembaga pendidikan harus mengadopsi pendekatan baru dan mengambil manfaat dari keterampilan digital dan menumbuhkan budaya belajar terus menerus
- c) Banyak sistem yang diadopsi lembaga pendidikan tidak kompatibel dengan digital baru inovasi yang diperlukan untuk mendorong mereka maju. Tingkat ketidakcocokan ini menghasilkan kebutuhan untuk meningkatkan, menyesuaikan atau mengganti sistem saat ini untuk mencapai integrasi, yang pada akhirnya menghabiskan waktu dan uang.

Dalam rangka menggambarkan proses bisnis UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Sleman, maka akan digunakan kerangka kerja yaitu *Porter's Value Chain*. Michael Porter sebagai pencipta dari konsep kerangka kerja *Value Chain* menjelaskannya sebagai representasi dari perusahaan aktivitas nilai tambah, berdasarkan strategi penetapan harga dan struktur biayanya (Qalsum et al., 2018). *Value Chain Analysis* dibagi menjadi dua bagian utama yaitu *Primary Activities* dan *Secondary Activities* (Hellin & Meijer, 2006) Aktivitas utama yang dimaksud adalah kegiatan yang terlibat dalam penciptaan fisik produk dan penjualan, pengalihannya kepada pembeli serta bantuan purna jual. Di perusahaan mana pun, aktivitas utama dapat dibagi menjadi lima kategori umum yaitu, *Inbound Logistics*, *Operations*, *Outbound Logistics*, *Marketing & Sales*, dan *Services*. Penelitian ini hanya akan membahas lebih lanjut mengenai *Primary Activities* sebagai pendekatan proses bisnis UMKM yang akan mengalami transformasi digital.

Inbound Logistics

Aktivitas ini menggambarkan segala sesuatu kegiatan yang berhubungan dengan logistik internal seperti menyimpan, menerima, dan mendistribusikan suku cadang atau bahan. Pemasok biasanya merupakan faktor kunci dalam proses logistik masuk.

Operations

Aktivitas ini akan berfokus dengan kegiatan yang berkontribusi pada pergeseran dari bahan masukan mentah ke keluaran akhir yang siap untuk pelanggan. Proses operasi biasanya terjadi dalam internal perusahaan.

Outbound Logistic

Aktivitas ini menggambarkan kegiatan yang mencakup langkah-langkah yang memasok produk ke pelanggan dari perusahaan Anda. Terkadang, ini melibatkan koneksi pengiriman eksternal sedangkan untuk logistik keluar perusahaan lain adalah prosedur internal.

Marketing & Sales

Aktivitas ini akan menggambarkan kegiatan yang berhubungan dengan persuasi pelanggan untuk melakukan pembelian dari perusahaan Anda. Sebagian besar perusahaan memiliki tim penjualan dan pemasaran internal.

Services

Indikator People

Indikator People akan menjelaskan terkait dengan sejauh apa tenaga kerja dan pemilik yang ada pada UMKM tersebut mengerti dan paham terkait dengan teknologi digital yang ada.

- Digital Understanding

Indikator ini akan menggambarkan terkait dengan pemahaman dari tenaga kerja pada UMKM terhadap dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi digital.

- Digital Culture

Indikator ini akan menggambarkan terkait dengan budaya kegiatan usaha yang dilakukan oleh tenaga kerja terkait dengan teknologi digital.

- Digital Competency

Indikator ini akan menggambarkan terkait dengan kompetensi digital yang dimiliki oleh tenaga kerja UMKM

Aktivitas ini akan menggambarkan kegiatan yang tindakan pasca pembelian atau dukungan yang diambil perusahaan Anda untuk memaksimalkan kebahagiaan dan loyalitas pelanggan.

Teknologi adalah elemen yang paling sering disebut mengenai konsep transformasi digital. Elemen yang kurang, tetapi juga sering ditekankan adalah "Proses", "Data", dan "Model bisnis". Tujuannya adalah untuk menemukan argumen tentang pentingnya elemen "orang". Berdasarkan analisis isi awal, kami tidak dapat menyatakan bahwa itu adalah elemen DT yang paling signifikan yang menjadi fokus peneliti. Di samping itu, daftar definisi tidak terlalu besar untuk membuat kesimpulan yang tidak ambigu. Mengutip direktur senior dan kepala transformasi platform perdagangan digital di Dell EMC, perubahan besar menuju transformasi digital “tidak diselesaikan oleh teknologi, tetapi oleh manusia. Orang, proses, dan teknologi perlu diselaraskan” (Petersen, 2018).

Untuk mengukur terkait dengan kesiapan transformasi digital UMKM, ditentukan beberapa indikator untuk menilai masing-masing dari aspek yang ada terkait dengan digitalisasi UMKM.

Indikator Process

Indikator Process akan menjelaskan aspek terkait dengan proses bisnis dan visi misi dari UMKM sebagai organisasi dan sebagaimana hal tersebut sudah mengkonsiderasi dengan hal yang berhubungan dengan transformasi digital.

- Digital Business Process

Indikator ini akan menggambarkan terkait dengan apakah proses bisnis UMKM sudah dibantu ditopang oleh teknologi digital. Selain itu indikator ini juga menilai kesadaran dan dampak dari teknologi digital tersebut.

- Digital Strategy and Vision

Indikator ini akan menggambarkan terkait dengan strategi dan visi yang dimiliki oleh usaha apakah sudah mengarah pada perkembangan teknologi digital dan transformasi digital.

- Standard of Procedure

Indikator ini akan menggambarkan terkait dengan standar usaha dalam menggunakan perangkat digital untuk kebutuhan usaha

Indikator Technology

Indikator Teknologi akan menjelaskan aspek terkait teknologi apa saja yang sudah dipakai untuk membantu terkait dengan proses bisnis dan kebutuhan UMKM.

- Architecture

Pada tahap ini akan dinilai terkait dengan arsitektur teknologi digital yang digunakan oleh usaha apakah sudah mature atau belum.

- Connectivity

Indikator ini akan menilai terkait dengan keterhubungan antara teknologi digital yang ada di setiap proses bisnis yang dijalankan.

- Data Management

Indikator ini akan menilai terkait dengan penyimpanan data yang dilakukan oleh usaha terkait dengan pelaksanaan proses bisnis dengan menggunakan teknologi digital.

Setelah pengukuran dilakukan, selanjutnya melakukan proses pemetaan nilai dari setiap Pelaku UMKM ke dalam level yang disiapkan dalam proses GDTF. Pemetaan akan dikuantifikasi berdasarkan tahapan Digital Transformation berikut:

1. Tradisional: UMKM yang masih menggunakan proses bisnis dan belum melakukan digitisasi dan digitalisasi
2. Adhoc: UMKM yang sudah memiliki proses bisnis digital namun masih minim di sedikit bagian dari usahanya. Belum ada interkoneksi antar proses bisnis digital tersebut.
3. Go Digital: UMKM yang sudah melakukan digitalisasi terhadap proses bisnisnya, baik proses bisnis tradisional yang dibantu dan juga proses bisnis baru secara digital.

Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan data yang telah diberikan oleh Dinas UMKM Kabupaten Sleman, sasaran kelompok responden untuk pengukuran Transformasi Digital UMKM adalah sebagai berikut:

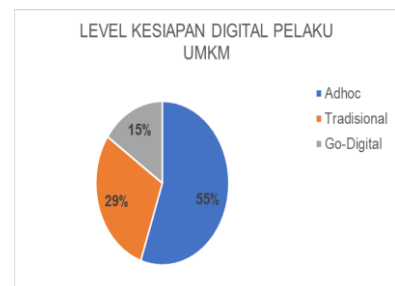
- a. Perindustrian Makanan

- b. Pedagang Kesenian dan Kerajinan
- c. Perindustrian Tekstil dan Pakaian

Dengan target sampel UMKM menggunakan metode Krejcie & Morgan yaitu 68 Sample UMKM, akurasi proporsi 10% dan jumlah populasi total UMKM 90000.

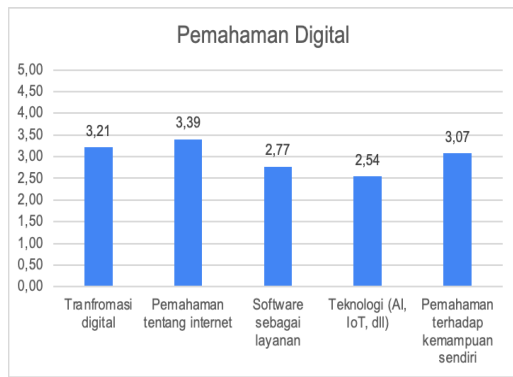
Pengukuran terhadap Kesiapan Transformasi Digital UMKM dilaksanakan dengan Survey yang dilakukan secara online menggunakan aplikasi berbasis web dilakukan sejak tanggal 14 Desember 2022 hingga 17 Desember 2022. Survey dikirimkan dengan kanal Whatsapp lewat nomor telepon yang telah didapatkan dari data UMKM pada Dinas UMKM dan DPMPSTP Sleman. WA blasting dilakukan kepada 5000 pelaku UMKM dan total responden yang menjawab survey yaitu 266 Pelaku UMKM.

Kesiapan digital atau *digital readiness* secara umum mengukur kesiapan komponen pendukung transformasi digital yang melibatkan indikator People dalam melakukan proses digitalisasi, Kesiapan Proses UMKM untuk melakukan Digitalisasi serta kesiapan Technology yang sudah digunakan dan dimiliki pelaku UMKM untuk melakukan proses transformasi dan implementasi layanan digital. Hasil pengukuran kesiapan digital pelaku UMKM di Kabupaten Sleman, sebagai berikut:



Gambar 8 Persentase Hasil Pengukuran Kesiapan Transformasi Digital UMKM Sleman

Secara umum kondisi sumber daya manusia cukup baik, meskipun belum mencapai nilai maksimum. Pemahaman digital pelaku umkm berada di rata-rata 3.00, sementara Budaya digital memiliki nilai 3,97, dan digital kompetensi mencapai poin 3,61. seluruh nilai memiliki nilai maksimal 5,00. lebih detail terkait nilai tersebut akan dibahas pada bagian berikut.

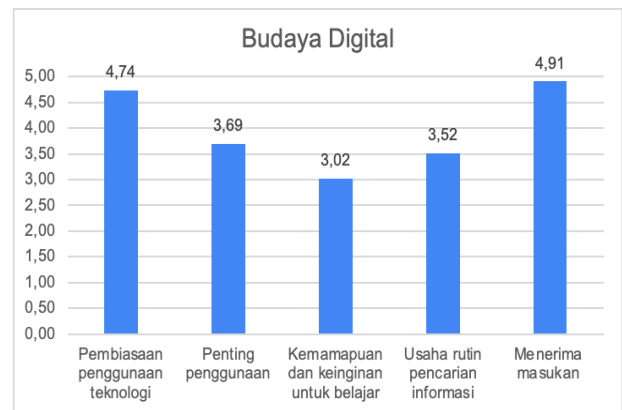


Gambar 9 Penilaian Dimensi Pemahaman Digital

Pemahaman digital pelaku UMKM di kabupaten sleman dapat dikatakan cukup baik dengan hasil yang sangat variatif. pada dasarnya pelaku UMKM cukup melek teknologi digital dengan cukup tingginya pemahaman terhadap transformasi digital, pemahaman terhadap internet dan kesadaran penggunaan teknologi. namun demikian pelaku UMKM masih belum banyak memahami teknologi pendukung seperti AI, IoT, dan lain sebagainya sebagai pendukung peningkatan pelayanan berbasis teknologi. pelaku UMKM umumnya belum menyadari pentingnya aplikasi sebagai perangkat untuk mendukung usaha atau bisnis. pelaku cenderung menggunakan perangkat seluler sebata alat berkomunikasi.

Budaya Digital

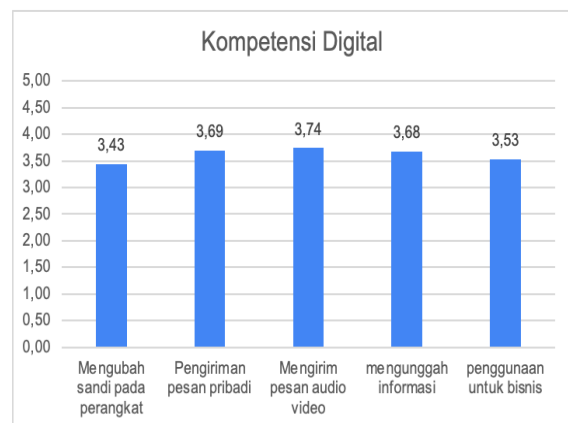
Budaya Digital pada dasarnya sudah terbentuk di lingkungan UMKM kabupaten Sleman, hal ini bisa dilihat dari nilai dimensi ini yang cukup tinggi mencapai 3,61. namun demikian budaya digital ini tidak diiringi oleh kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi dengan baik. hal ini terlihat dari indikator pertama yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM sudah sangat terbiasa dengan gadget. skor 4,74 memperlihatkan kebiasaan tersebut. namun demikian disampaikan pada bagian awal bahwa keterbiasaan menggunakan teknologi khususnya HP tidak diiringi dengan kemampuan memonetisasi untuk kegiatan bisnis. namun demikian sisi positif menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat aware dan memiliki keinginan untuk melakukan proses pembelajaran digital untuk meningkatkan kemampuan digital.



Gambar 10 Penilaian Dimensi Budaya Digital

Kompetensi Digital

Penilaian terkait kompetensi digital menunjukkan pada dasarnya untuk domain ini pun pelaku bisnis cukup baik. Dengan nilai 3,61, pelaku UMKM kabupaten sleman menunjukkan bahwa pelaku faham bagaimana menggunakan teknologi untuk beraktivitas. Namun demikian pelaku sendiri merasa sadar bahwa mereka belum memanfaatkan fasilitas atau teknologi IT untuk melakukan aktivitas bisnis. secara umum berdasarkan penilaian bahwa gadget masih digunakan untuk melakukan komunikasi sehari-hari.



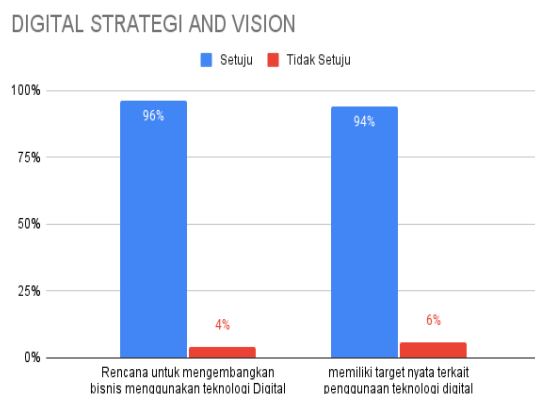
Gambar 11 Penilaian Dimensi Kompetensi Digital

A. Process

Domain proses pada pengukuran digital merepresentasikan bagaimana kesiapan pelaku dan dinas UMKM memiliki arahan yang jelas terhadap kegiatan UMKM berbasis digital. memperlihatkan juga sejauh mana proses digitalisasi dapat dilakukan oleh pemerintah

dan masyarakat sebagai pelaku UMKM. hasil pengukuran menunjukkan persetujuan bahwa telah adanya arahan yang jelas dan pemerintah terhadap pelaku bisnis UMKM, hal ini terlihat jelas dari nilai visi misi yang mencapai nilai lebih dari 90%, namun demikian visi dan misi yang jelas belum didukung optimal oleh proses digitalisasi yang masih memiliki angka di bawah 50%. lebih detail akan dibahas nilai tersebut pada bagian berikut.

Digital Strategy and Vision



Gambar 12 Persentase Dimensi Visi dan Strategi

Hasil pengukuran terkait visi misi memberikan gambaran yang jelas bagaimana pentingnya rencana dan pengembangan bisnis khususnya berbasis digital dipahami oleh masyarakat (gambar 12). demikian pula dengan target nyata dari proses digitalisasi, masyarakat merasa paham pentingnya target dalam penggunaan teknologi seperti teknologi pemasaran berbasis digital dan lain sebagainya. hal ini ditunjukkan dengan nilai yang berada diatas 90%. namun demikian permasalahanya bahwa hasil validasi menunjukan tingkat kepercayaan atau validitasnya hanya 4%, hal ini menunjukan bahwa pertanyaan tersebut kurang valid. dampaknya adalah masih ada kemungkinan yang cukup tinggi bahwa banyak yang masyarakat tidak merasakan atau tidak memiliki target dari penggunaan teknologi informasi.

Pembahasan diatas selaras dan diperkuat dengan data yang muncul pada gambar 13. pemahaman yang masih minim terkait target digitalisasi, diiring oleh hasil yang menunjukan bahwa penggunaan perangkat IT oleh pelaku UMKM di Sleman masih belum optimal.

sebanyak 74% UMKM menyebutkan bahwa mereka belum memanfaatkan sepenuhnya HP untuk melakukan peningkatan usaha, dan hanya sekitar 20%an yang mulai melakukan penggunaan HP untuk melakukan usaha.



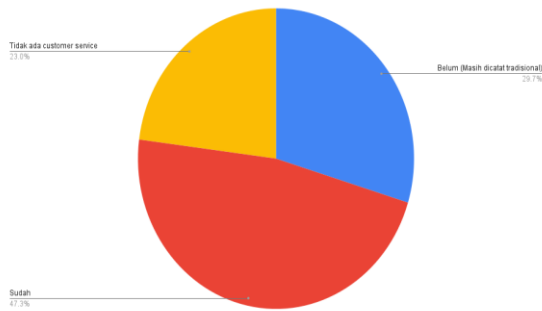
Gambar 13 Persentase Penggunaan Perangkat Digital

Digital Business Process

Sub domain digital proses bisnis menunjukan keberadaan arahan yang jelas belum dioptimalkan dengan proses digitalisasi di lingkungan UMKM. hal ini ditunjukan dari hasil penilaian proses digitalisasi yang masih belum optimal dibawah 50%. hasil pengukuran menunjukan bahwa hanya 47% pelaku UMKM yang menggunakan layanan digital berbasis customer service secara digital, sementara 29% masih konvensional, dan 23 % tidak melakukan customer service sama sekali.

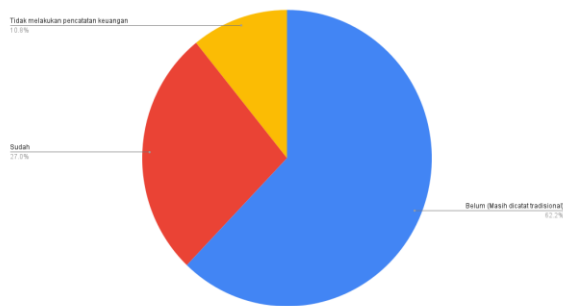
hal serupa terjadi pada proses pencatatan transaksi yang cenderung dilakukan secara manual dengan lebih dari 62% pelaku usaha mencatat secara konvensional transaksi keuangan, dan hanya 27% yang melakukan pencatatan secara digital, sementara sisanya pelaku usaha tidak melakukan pencatatan keuangan sama sekali.

Apakah proses customer service sudah menggunakan bantuan teknologi digital? (Seperti menggunakan media sosial untuk menerima keluhan terhadap pelayanan / produk yang diberikan)



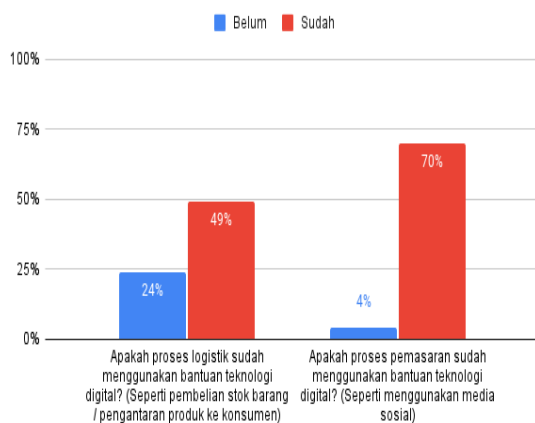
Gambar 14 Presentase Proses Bisnis (Customer Service)

Apakah proses pencatatan sudah menggunakan bantuan teknologi digital? (Seperti menggunakan mesin kasir atau aplikasi untuk laporan keuangan)



Gambar 15 Presentase Proses Bisnis (Pencatatan)

DIGITAL BUSINESS PROCESS



Gambar 16 Presentase Proses Bisnis (Logistik & Pemasaran)

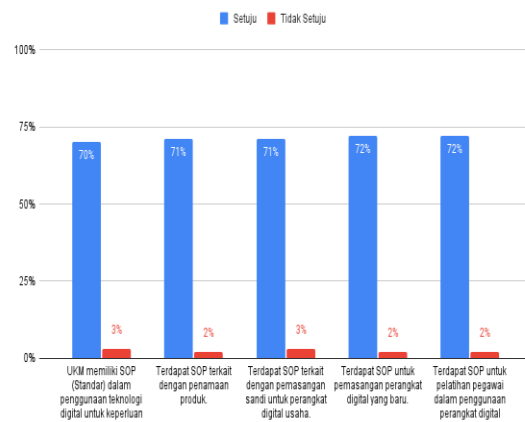
Proses digitalisasi logistik sebagai salah satu indikator digitalisasi juga menunjukkan bahwa proses digitalisasi belum dilakukan secara maksimal. hal ini ditunjukkan dengan sedikitnya proses digitalisasi yaitu sekitar 49%. namun demikian sisi positif dari digitalisasi UMKM di

lingkungan Pemerintah Kabupaten Sleman muncul dari segi pemasaran. sekitar 70% UMKM sudah mulai memanfaatkan pemasaran secara digital

Standard of Procedure

indikator terakhir dalam domain kesiapan digital proses bisnis adalah keberadaan SOP dalam proses digitalisasi UMKM. hasil ini menunjukkan bahwa pada dasarnya pelaku UMKM menyadari keberadaan proses digitalisasi dan prosedur penggunaannya. hal dapat dilihat dari nilai capaian indikator ini yang mencapai rata-rata diatas 70%. namun sekali permasalahannya adalah kemampuan dari pelaku UMKM dalam peningkatan kompetensi diri khusus meningkatkan kemampuan digital untuk usaha.

STANDARD OF PROCEDURE



Gambar 17 Presentase Sesuai Standar (SOP)

B. Technology

Pengukuran kesiapan teknologi pada pelaku dan dinas UMKM di lingkungan Kabupaten sleman dilakukan untuk melihat keberadaan dan kemampuan pelaku dalam kepemilikan teknologi dan kemampuan untuk mengikuti perkembangan teknologi dalam mengadopsi teknologi digital sehingga mampu untuk menggunakannya untuk meningkatkan

proses bisnis. hasil pengukuran menunjukkan bahwa belum banyak teknologi yang digunakan untuk melakukan usaha. penilaian arsitektur masih dibawah 60%, sementara pengelolaan data lebih kecil dibawah 50%. hal positif adalah conectivty yang tersedia di lingkungan UMKM dengan capaian diatas 70%. lebih detail terkait domain teknologi akan dibahas pada bagian berikut.

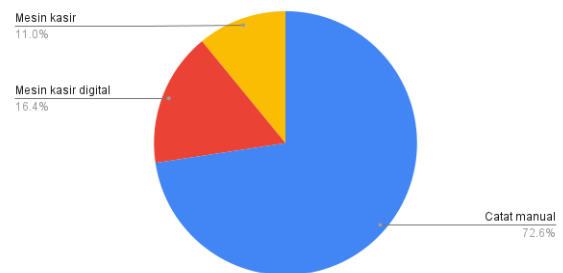
- Architecture

Gambar 18 menunjukan kesiapan teknologi dari subdomain arsitektur layanan pencatatan hal umum terkait usaha yang dilakukan. berdasarkan data tersebut pencatatan masih dilakukan secara semi manual dengan menggunakan microsoft office offline sekitar 70%. sementara untuk proses pencatatan pemesanan masih cenderung dilakukan dengan catatan manual atau kertas dengan jumlah pelaku sekitar 72%. hal ini jelas menunjukan bahwa teknologi yang digunakan oleh pelaku usaha UMKM masih berbasis manual/kertas.



Gambar 18 Persentase Penggunaan Teknologi (Pencatatan)

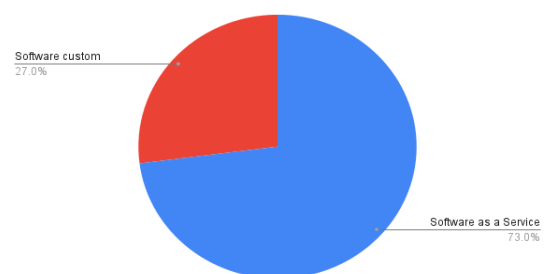
Teknologi apa yang digunakan dalam membantu proses pencatatan pesanan?



Gambar 19 Persentase Penggunaan Teknologi (Pencatatan Pesanan)

belum optimalnya penggunaan aplikasi juga diperlihatkan dari penggunaan software yang masih menggunakan layanan eksisting yang sudah ada. pelaku cenderung pasive dan tidak melakukan improvisasi dari software yang ada, hanya beberapa saja yang melakukan kostumasi terhadap layanan aplikasi untuk mendukung bisnis dengan nilai 27% UMKM

Software as a Service and Software custom

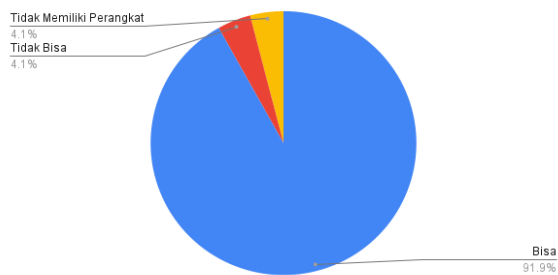


Gambar 20 Persentase Software as As Service/ Custom

Connectivity

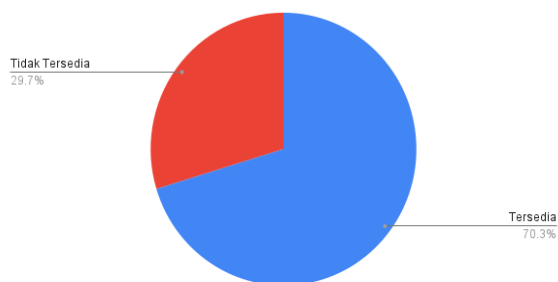
Sedikit berbeda dengan arsitektur teknologi layanan, sub domain connectivity pada teknologi memiliki nilai yang cukup tinggi, dimana para pelaku UMKM memiliki konektivitas yang bagus. kurang lebih 91% pelaku memiliki akses terhadap internet sebagai infrastruktur utama proses digitalisasi. namun demikian masih minimnya kemampuan sekali lagi menjadi penghambat berkembangnya UMKM di lingkungan Kabupaten Sleman. namun demikian hal ini terus diperbaiki dengan adanya proses penyiapan kanal informasi untuk pemilik usaha. hal dibuktikan dengan tingginya nilai keberadaan kanal informasi untuk pelaku UMKM yang mencapai 70%.

UKM dapat mengirimkan data antar perangkat digital yang dimiliki dengan menggunakan internet



Gambar 21 Persentase pengiriman data antara perangkat digital

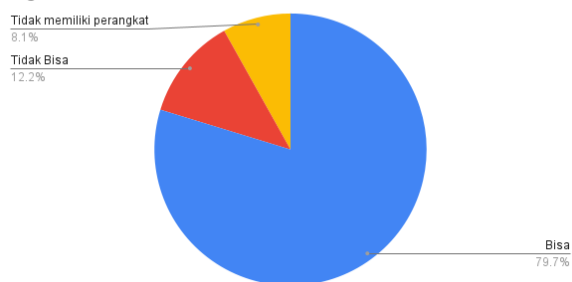
Terdapat kanal informasi yang tersedia bagi pekerja dan pemilik usaha (seperti grup chat atau platform lainnya)



Gambar 22 Presentase penggunaan teknologi informasi (Platform atau grup chat)

Data Management

UKM mampu menyimpan data secara digital dalam perangkat digital

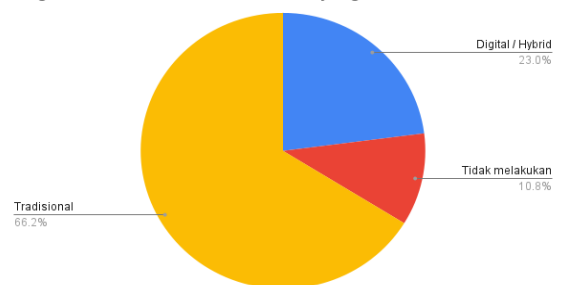


Gambar 23 Persentase Penyimpanan Data Digital

Hasil pengukuran dan penyiapan data digital pada lingkungan UMKM menunjukkan bahwa data masih dikelola secara manual atau konvensional. Meskipun secara umum pelaku bisa menyimpan data secara digital seperti ditunjukkan gambar 21 yang menyatakan kemampuan menyimpan data, namun monetisasinya masih belum bisa dilakukan. Hal ini ditunjukkan oleh gambar 24 yang

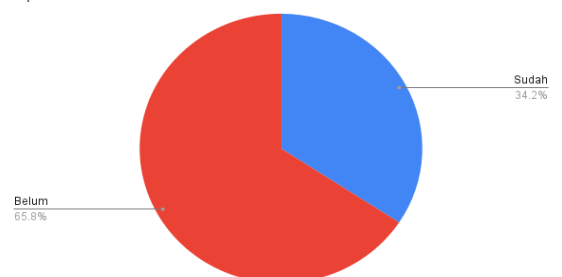
menyebutkan bahwa data transaksi masih dilakukan dan dicatat secara konvensional. 66% pelaku masih melakukan proses pencatatan secara konvensional dan hanya 23% yang melakukan pencatatan hybrid. Sisanya tidak melakukan penghitungan sama sekali. lebih jelas terkait pengelolaan data, dapat dilihat pada gambar 85 yang menyebutkan bahwa pelaku UMKM belum memiliki database usaha dengan jumlah pelaku sebesar 65%. Hal tersebut semakin memperjelas bahwa data masih belum dimonetisasi dengan maksimal untuk kepentingan usaha.

Bagaimana Pencatatan Bahan Baku yang dilakukan oleh UKM?



Gambar 24 Persentase Pencatatan Bahan Baku

Apakah sudah memiliki Database untuk usaha?



Gambar 25 Persentase mempunyai database

Simpulan

Berdasarkan hasil penilaian secara umum kesiapan digital UMKM di lingkungan pemerintah kabupaten Sleman menunjukkan berada pada rata-rata di level ad-hoc (55%), Tradisional (29%), dan Go Digital (15%). nilai ini muncul dari beberapa domain yaitu people, prses, teknologi, dan data.

a. People

Secara Kesiapan SDM pelaku UMKM sudah cukup baik, secara umum pelaku UMKM sudah familiar dengan penggunaan teknologi khususnya HP dan berbagai fungsinya. hanya saja permasalahan utama masih belum terbentuknya kultur untuk menggunakan HP sebagai perangkat usaha masih belum terbangun. permasalahan lainnya adalah pemahaman terkait dengan teknologi lanjut untuk UMKM seperti IoT, AI, Cloud Computing, dan lain sebagainya

b. Proses

Kesiapan Proses Digitalisasi UMKM di lingkungan Kabupaten Sleman menunjukan kesiapan yang cukup meskipun belum optimal hal ini ditunjukan dari beberapa proses utama UMKM seperti inbound, outbound logistic, dan pembayaran yang masih belum dimonetisasi secara digital. Namun demikian proses pemasaran sudah mulai dipicu dengan baik untuk digitalisasi

c. Technology

Kesiapan Teknologi dan data secara umum masih belum optimal karena masih sangat sedikit sekali teknologi digital yang digunakan oleh pelaku UMKM di lingkungan kabupaten Sleman. namun demikian selaras dengan proses bisnis pemasaran sudah mulai di picu untuk dilakukan secara digital.

d. Data

Data secara umum masih belum di monetisasi dengan baik, proses pencatatan lebih banyak

dilakukan secara manual dengan kertas. demikian pula belum adanya database usaha yang digunakan atau dibuat oleh pelaku UMKM dapat menjadi pertimbangan untuk masa depan

Saran

Berdasarkan hasil penilaian secara umum yang dilakukan pada pelaku UMKM di kabupaten Sleman, beberapa kegiatan kami rekomendasikan untuk meningkatkan kesiapan digital UMKM untuk mendukung program digitalisasi pada kota adalah sebagai berikut:

- Pengembangan sumberdaya manusia menjadi fokus utama dalam proses transformasi digital untuk meningkatkan kualitas hidup pelaku UMKM umumnya.
- Perlu dilakukan pelatihan atau penguatan kompetensi digital sesuai dengan kondisi eksisting dari masing-masing kelompok UMKM
- Perlu dipicu pengembangan proses digitalisasi khususnya terkait operasional UMKM, logistik, pelayanan digital
- Perlu dikembangkan peta Jalan UMKM digital yang digagas oleh dinas UMKM sehingga proses digitalisasi dapat dilakukan menyuruh melekat pada aktivitas utama UMKM yaitu Logistik baik inbound maupun outbound, operasional, pemasaran, digitalisasi layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Rabo. (2022). *Handbook of Research on Smart Management for Digital Transformation* (S. F. Belem Barbosa, Claudia Amaral Santos (ed.)). IGI Global.
https://www.google.co.id/books/edition/Handbook_of_Research_on_Smart_Management/s59IEAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Gartner. (2021). *Digital Transformation*. art.paloaltonetworks.com/innovation-

insight-for-attack-surface-management?utm_source=google-jg-japac-cortex-socf-oyat&utm_medium=paid_search&utm_campaign=google-cortex-xpanse-japac-multi-lead_gen-en-eg-non_brand_broad&utm_content=gs-20573600613-156343343960-674952459524&utm_term=gartnerasm&sfdcid=7014u000001hNXXAA2&cq_plac=&cq_net=g&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAz8GuBhCxAARIsAOpzk8xc8LiZCJb1XkNE-l2xfCbDMA8gLw8KiWOSaUuBfmrEOc57gRn7yRUaAgNsEALw_wcB

Harvey Nash. (2017). *No Title*.
<https://www.harveynash.com/hrsurvey/hrsurvey-home>

Hellin, J., & Meijer, M. (2006). Guidelines for value chain analysis. Food and Agriculture Organization. *International Educational and Research Consortium*, 6(4), 24.
http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/LISFAME/Documents/Ecuador/value_chain_methodology_EN.pdf

Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 7823–7830.

Lang. (2021). *Digital Transformation*.
https://www.google.co.id/books/edition/Development_Co_operation_Report_2021_Sha/ARtZEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Digital+Transformation++Lang&pg=PA195&printsec=frontcover

Qalsum, U., Adhi, A. K., & Fariyanti, A. (2018). Pemasaran Dan Nilai Tambah Rumput Laut Di Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 541.
<https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i3.006>

Schmarzo, B. (2017). *Big Data MBA: Driving Business Strategies with Data Science* (R. Illustrated (ed.)). John Wiley & Sons, 2015.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Eh6RCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR23&dq=Schmarzo&ots=Tpm5zFMo3W&sig=j0YPMmjUuVvM5VD6eisM2qmrGII&redir_esc=y#v=onepage&q=Schmarzo&f=false