

## STRATEGI KOLABORASI PEMERINTAH DAERAH DAN UMKM DALAM MENGEMBANGKAN EKONOMI LOKAL DI ERA GLOBALISASI DIGITAL

Azizah Farahdifa<sup>1</sup>, Daniati Anindia Santi<sup>2</sup>, Ikhwan Nurfatih<sup>3</sup>, Oki Iqbal Khair<sup>4</sup>

Universitas Pamulang

[azizahfarahdifa2@gmail.com](mailto:azizahfarahdifa2@gmail.com), [daniati.anindia205@gmail.com](mailto:daniati.anindia205@gmail.com)

[ikwannurfatih@gmail.com](mailto:ikwannurfatih@gmail.com), [dosen01801@unpam.ac.id](mailto:dosen01801@unpam.ac.id)

### Abstrak

*Di era globalisasi digital, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan dan peluang baru dalam mengembangkan ekonomi lokal. Pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam mendorong kolaborasi yang efektif dengan UMKM guna menciptakan ekosistem ekonomi yang adaptif, inklusif, dan berdaya saing. Penelitian ini membahas strategi kolaboratif antara pemerintah daerah dan UMKM dalam memperkuat ekonomi lokal di tengah globalisasi digital. Melalui pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian menyoroti peran dukungan infrastruktur digital, regulasi yang mendukung, peningkatan literasi teknologi, dan akses pasar online. Hasil menunjukkan bahwa keberhasilan kolaborasi bergantung pada keberlanjutan kerja sama, keselarasan kebijakan, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi.*

**Kata Kunci:** Kolaborasi, UMKM, Pemerintah Daerah, Ekonomi Digital, Globalisasi

### Abstract

*In the era of digital globalization, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) face new challenges and opportunities in developing the local economy. Local governments play a strategic role in promoting effective collaboration with MSMEs to build an adaptive, inclusive, and competitive economic ecosystem. This study discusses collaborative strategies between local governments and MSMEs in strengthening the local economy amidst digital globalization. Using a qualitative case study approach, the research highlights the role of digital infrastructure support, enabling regulations, improved technological literacy, and access to online markets. The findings indicate that the success of collaboration depends on the sustainability of partnerships, policy alignment, and adaptation to technological developments.*

**Keywords:** Collaboration, MSMEs, Local Government, Digital Economy, Globalization

### Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[commons attribution-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[noncommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi ujung tombak dalam penggerak ekonomi lokal. Di Indonesia, sektor ini menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, meskipun berperan strategis, UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti

literasi digital yang rendah, keterbatasan modal, dan infrastruktur teknologi yang belum merata, terutama di wilayah pedesaan.

Data menunjukkan bahwa pada tahun 2020 lebih dari 10 juta UMKM telah memanfaatkan media online; peningkatan ini mencerminkan pergeseran signifikan menuju strategi bisnis berbasis digital. Di Jawa Timur, digitalisasi juga mengalami tren positif—sekitar 4,6 juta dari total 9,78 juta UMKM telah menggunakan teknologi digital, mencakup pemasaran dan pencatatan keuangan. Kota Surabaya menjadi salah satu pusat pertumbuhan digitalisasi UMKM: jumlah UMKM di kota ini meningkat sebesar 40.000 dari tahun 2020 hingga awal 2021, dengan total mencapai lebih dari 60.000 usaha.

Selain itu, kolaborasi antara pemerintah daerah, kampus, dan startup digital telah terbukti memperkuat ekosistem lokal. Kampus menyediakan penelitian, pelatihan, dan inkubator bisnis digital, sementara startup menawarkan solusi teknologi yang praktis bagi UMKM. Sinergi ini memungkinkan pengembangan inovasi produk, efisiensi operasional, hingga akses pasar yang lebih luas. Fenomena ini menunjukkan potensi besar bagi UMKM dalam membangun ketahanan bisnis melalui digitalisasi. Namun, hanya sekitar 30% UMKM di Surabaya yang benar-benar telah mengadopsi teknologi digital secara operasional. Untuk memahami fenomena ini secara mendalam, diperlukan pendekatan penelitian yang mampu menangkap dinamika sosial dan kultural dari implementasi digitalisasi UMKM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena dianggap sesuai untuk menggambarkan kondisi alami (natural setting) UMKM digital di Surabaya. Analisis kualitatif memungkinkan penggambaran mendalam mengenai bagaimana digitalisasi berkontribusi terhadap ketahanan usaha di era *new normal*. Fokus kajian adalah pada individu pelaku UMKM di Kota Surabaya serta kebijakan lokal yang mendukung pengembangan ekonomi melalui digitalisasi UMKM.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu mengungkap secara detail proses digitalisasi oleh pelaku UMKM di Surabaya, bagaimana mereka membangun ketahanan bisnis, serta peran strategis kebijakan lokal dalam mendukung transformasi tersebut. Hasilnya diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan kebijakan dan strategi peningkatan kapasitas digital UMKM di kota-kota besar lainnya.

## Literature Review

### Digitalisasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Kemajuan teknologi digital diantaranya smartphone nirkabel, internet, aplikasi web, aplikasi seluler, dan media sosial, mendorong bisnis digital yang inklusif. Kehadiran teknologi digital memberikan kemudahan akses tidak hanya bagi korporasi yang berkembang dengan baik, tetapi juga bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya dan membangun ketahanan bisnis di era *new normal*. Teknologi digital memberikan ruang yang berharga bagi UMKM untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam suasana industri yang sangat kompetitif. Hal ini penting bagi UMKM karena meskipun telah diakui sebagai sektor ekonomi yang esensial bagi stabilitas dan daya saing perekonomian suatu negara (Pimoljinda & Siriprasertchok, 2018; Iramani et al., 2018), UMKM masih menghadapi kendala yang sangat besar seperti keterbatasan akses keuangan (Teima et al., 2010), manajemen yang tidak terampil (Arasti, 2011), akses terbatas untuk teknologi terbaru (Ibrahim & Shariff, 2016), dan hubungan yang tidak menguntungkan dengan perusahaan besar (Han et al., 2017). Penetrasi teknologi digital juga telah mendorong model bisnis baru yang disebut *sharing economy*. Ekonomi berbagi didefinisikan sebagai model bisnis yang memungkinkan alokasi sumber daya di antara orang-orang di banyak industri seperti pariwisata, perhotelan, layanan keuangan, dan transportasi melalui platform online (Puschmann & Alt, 2016).

## Membangun Ketahanan Bisnis UMKM di Era Globalisasi Digital

Membangun ketahanan bisnis UMKM di era globalisasi digital melalui sharing economy. Model bisnis baru, yang disebut “sharing economy”, telah dibahas secara intensif dalam dekade terakhir, terutama sejak 2008 (Puschmann & Alt, 2016). Beberapa ahli telah mendefinisikan ekonomi berbagi sebagai model bisnis baru yang menekankan konsumsi kolaboratif yang dilakukan oleh aktivitas berbagi, memperoleh, memberi, bertukar, dan menyewa sumber daya tanpa memiliki barang melalui layanan online berbasis komunitas. (Mohlmann, 2015; Hamari et al., 2016; Puschmann & Alt, 2016). Ekonomi berbagi pada akhirnya mengubah cara interaksi bisnis dari business-to-business (B2B) dan business-to-consumer (B2C), menjadi consumer-to-consumer (C2C). Penggerak vital ekonomi berbagi diidentifikasi sebagai berikut: yaitu, mengubah perilaku konsumen, jejaring sosial, pasar elektronik, perangkat seluler, dan layanan elektronik (Hamari et al., 2016). Dengan kata lain, kombinasi kemajuan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen menyebabkan akses yang lebih luas bagi individu dalam masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain untuk tujuan berbagi. Pada titik ini, tingkat penerimaan aplikasi ekonomi berbagi di masyarakat akan ditentukan oleh sejauh mana proses adopsi masyarakat terhadap aplikasi ekonomi berbagi. Kemudian, akan ada diskusi menarik tentang proses adopsi teknologi karena individu mengambil peran penting dalam meningkatkan kecepatan adopsi aplikasi ekonomi berbagi, tidak hanya terkait dengan tingkat kesiapan individu dalam menggunakan teknologi tetapi juga seberapa besar Pengaruh atau tekanan individu dalam masyarakat akan berdampak kuat pada keberhasilan adopsi aplikasi ekonomi berbagi. Oleh karena itu, dalam penelitian kali ini, hal utama yang ingin dieksplorasi adalah bagaimana tekanan sosial dalam bentuk teori institusional memberikan dampak penting pada proses adopsi menggunakan layanan pesan-antar makanan online di aplikasi ridesharing.

## METODOLOGI PENELITIAN

Untuk menjawab pertanyaan penelitian digunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif dianggap tepat digunakan untuk penelitian analisis digitalisasi UMKM dalam membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital. Argumentasi pemilihan pendekatan penelitian tersebut didasarkan oleh beberapa hal satu di antaranya lebih sesuai dengan latar belakang alamiah objek secara keseluruhan (entity), sehingga diharapkan mampu menggambarkan objek sesuai dengan kondisi sewajarnya (natural setting). Lokasi penelitian di Kota Surabaya. Pilihan ini berdasarkan tersedianya tingginya pertumbuhan Digitalisasi UMKM dalam membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Dinkopum) Kota Surabaya, selama 2020 hingga awal 2021, jumlah UMKM di Surabaya meningkat sebanyak 40 ribu. Potensi UMKM seluruh Jawa Timur sejumlah 9,7 juta merupakan potensi luar biasa dengan penyumbang pertumbuhan ekonomi Jawa Timur terbesar (Jawa Pos, 2021). Unit analisis penelitian digitalisasi usaha UMKM dalam membangun ketahanan bisnis di era new normal yaitu individu pelaku UMKM yang ada di Kota Surabaya. Unit analisis juga pada aspek kebijakan pemerintah lokal terkait pengembangan ekonomi melalui UMKM. Tipe penelitian UMKM dalam membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital adalah tipe penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif menghasilkan penjelasan mendalam dengan data deskriptif berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari informan.

Tahapan proses pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi pada proses, dan dokumentasi. Proses pengumpulan data di lapangan digunakan strategi: (a) informan ditentukan penentuan secara purposif sampling (informan kunci), selanjutnya digunakan metode snow ball untuk pengembangan informan, (b) proses

selanjutnya dilakukan wawancara kepada informan, (c) hasil wawancara dan observasi dibuat catatan, e) selanjutnya data dianalisis, (f) tahapan berikutnya dilakukan analisis domain, g) Dilakukan identifikasi tema-tema berkaitan dengan penggunaan digitalisasi pada pemasaran oleh UMKM, dan (h) Tahapan dilanjutkan dengan menulis laporan penelitian. Sebagai data penunjang juga dilakukan melalui survai digitalisasi UMKM dalam membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital.

Untuk keabsahan data digunakan teknik triangulasi sumber data. Tahapan yang dilakukan adalah: (a) keseluruhan data pengamatan dan wawancara dibandingkan; (b) dilakukan proses hasil wawancara informan ketika didepan umum dengan saat wawancara perorangan, (c) Dilakukan proses membandingkan pendapat/perspektif seseorang dengan pendapat dan pandangan orang lain, (d) membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen dari data sekunder. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis data kualitatif mengikuti Miles dan Huberman (1992:15-21). Tahapan analisis data adalah: (a) reduksi data (mengurangi data yang tidak sesuai tujuan penelitian), (b) Penyajian data bentuk teks naratif, (c) penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Kesiapan Digitalisasi UMKM Untuk Membangun Ketahanan Bisnis Di Era Globalisasi Digital**

Pemasaran menjadi bagian penting dari sebuah proses bisnis. Pada era globalisasi digital dengan tantangan perubahan eksternal pada lingkungan menuntut pelaku UMKM untuk beralih ke online. Pemasaran online menjadi solusi terbaik bagi pelaku UMKM untuk membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital. Berbagai perubahan eksternal dimana akibat diterapkannya social distancing atau pembatasan sosial, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) menjadi belanja secara online, sebagai peluang untuk bertahan.

Pentingnya transformasi digital untuk pelaku UMKM untuk membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital. Ada tiga jenis kegiatan utam pada proses bisnis: a. produktif. produksi sangat penting untuk terus membuat, memproduksi, dan mendistribusikan produk pada konsumen; b. pemecahan masalah. Perubahan lingkungan karena pandemi saat memasuki era new normal menuntut perubahan layanan penjualan pada pelanggan; c. pemeliharaan dan pengembangan jaringan. pengembangan platform digital sangat penting meningkatkan proses bisnis. Pelaku UMKM di sektor bisnis umumnya melakukan salah satu dari (a) peningkatan produksi inovatif atau (b). pemecahan masalah pemasaran layanan penjualan pada pelanggan melalui platform digital. Penting juga untuk mempertimbangkan elemen berharga yang ditawarkan kepada pelanggan, seperti pengalaman tertentu, inovasi, keterjangkauan, aksesibilitas dalam suatu organisasi (SIMON, 1985). Ada beberapa cara untuk menciptakan proposisi nilai yang baik yang memungkinkan UMKM untuk mentransfer tidak hanya nilai intrinsik dalam bentuk output yang ditawarkan, tetapi juga nilai tidak berwujud seperti: menawarkan inovasi. Hal ini menciptakan nilai baru, memberi pelanggan sesuatu yang sebelumnya tidak ada; membuat produk / layanan dapat diakses. Hal ini memungkinkan segmen pelanggan yang sebelumnya tidak dapat menggunakan suatu produk/layanan untuk mengaksesnya; meningkatkan produk atau layanan dengan menambahkan fitur yang relevan atau memodifikasi fitur yang ada saat ini agar lebih fungsional untuk kebutuhan tertentu; mengurangi harga produk atau layanan; menggunakan merek untuk menyampaikan identitas; meningkatkan desain suatu produk; mengurangi risiko terkait produk atau layanan. Ketahanan organisasi adalah “kemampuan organisasi untuk mengantisipasi, mempersiapkan diri, menanggapi dan beradaptasi terhadap perubahan bertahap dan gangguan mendadak untuk bertahan dan sejahtera (Cavallari, dkk, 2015).

Pada studi kasus di Pemerintah Kota Surabaya hadir GoTo menghadirkan gerakan #BangkitBersama di Surabaya. Memulai Go Online ada elemen-elemen penting yang harus diperhatikan bagi para pelaku UMKM, seperti:

- a. Persiapan katalog produk yang berisikan deskripsi, foto, dan ketersediaan barang.
- b. Pembuatan katalog yang menarik dan rapih akan menambah daya beli masyarakat
- c. Alokasi tim untuk eksekusi Go Online. Tim yang ideal biasanya memiliki tim foto produk, tim desain grafis, admin sebagai penerima pesanan, tim pengatur laporan keuangan, dan tim packing serta shipping;
- d. Komunikasi yang konsisten. Adanya interaksi dengan calon pembeli sangat penting guna menimbulkan kepercayaan dan kenyamanan
- e. Memanfaatkan platform seperti Google dan Facebook untuk beriklan. Ketika berbisnis secara digital, maka iklan secara digital harus diutamakan
- f. Berkolaborasi dengan bisnis lain. Di ranah digital, kolaborasi antar sesama penjual online akan menambah promosi produk yang kita miliki. Program UMKM Go Online terdiri dari beberapa tahapan, yaitu on boarding, active selling (peningkatan volume penjualan), scale up business, dan yang terakhir go international market export.

Setelah dilakukan wawancara di tiga pasar yaitu Darmo Trade Center (DTC), Pasar Wonokromo, dan Pasar Jembatan Merah diperoleh informasi. Para pelaku UMKM tidak khawatir berinovasi dengan melakukan penjualan daring akan menggerus pendapatan toko-toko fisik. Dengan mengambil contoh pedagang kuliner, omzet mereka justru meningkat setelah melayani pembelian lewat Go-Food. Kepemilikan toko fisik juga meningkatkan kepercayaan pembeli di ranah digital. Masalahnya para pedagang seringkali merasa cukup hanya berjualan di pasar. Perlu dibangkitkan kesadaran 'go online' secara kolektif, misalnya lewat paguyuban atau komunitas. Melalui penjualan online berdasarkan data dari informasi terjadi peningkatan 30% dari omzet. Keluhan dari pedagang salah satunya adalah merasa sulit bersaing para produsen yang juga berjualan secara langsung secara online. Sedangkan pedagang di Pasar Wonokromo mengaku lebih senang berjualan konvensional karena perputaran barang lebih cepat. Terdapat beberapa pendapat pelaku UMKM yang enggan masuk ke bisnis daring diantaranya yaitu susahnya sinyal saat dalam gedung sehingga transaksi terkendala, juga kurangnya rasa percaya pada pengelola marketplace. Mereka khawatir data-data mereka disalahgunakan. Seperti jenis barang, harga barang, nama dan lokasi pembeli. Takutnya dari data-data yang terkumpul, akan berdampak turunnya perdagangan. UMKM seringkali mengalami kendala menjalankan usaha menggunakan teknologi digital. Salah satu masalah utama bagi UMKM adalah konsumen yang belum mampu menggunakan internet, serta kurangnya pengetahuan untuk menjalankan usaha secara online. Penggunaan internet memang dirasa membantu UMKM ini membangun ketahanan bisnis di era globalisasi digital

## **Inovasi UMKM Dalam Membangun Ketahanan Bisnis Di Era Globalisasi Digital**

Inovasi-inovasi penting dilakukan Pelaku UMKM supaya bisnis berkembang. Inovasi UMKM dalam membangun ketahanan bisnis di era new normal diantaranya adalah:

- a. Beradaptasi dengan cara kerja yang baru dan berinvestasi pada teknologi cara yang tepat dan berkolaborasi dengan mitra yang tepat untuk mengembangkan platform digital yang kuat membantu bisnis, termasuk UMKM untuk memastikan kelancaran transisi dari status quo ke model baru bekerja penjualan secara online. Bahkan di dunia pasca pandemi yaitu era globalisasi digital, kita melihat munculnya model kerja baru yaitu model hybrid. Dalam konteks ini, sangat penting bagi UMKM untuk terus berinvestasi dalam platform digital dan solusi teknologi yang membuat bekerja dari rumah atau kantor sama efisiennya serta memastikan transisi yang mulus di antara keduanya

- b. Sistem digital dan teknologi terintegrasi: Digitalisasi sangat penting bagi bisnis untuk tetap kompetitif di dunia saat ini karena membantu meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Begitu juga kebutuhan investasi dalam teknologi baru UMKM harus memanfaatkan integrasi digital dengan alat dan aplikasi bisnis lainnya untuk memastikan sentralisasi data, meningkatkan layanan pelanggan, merampingkan operasi bisnis secara keseluruhan dan meningkatkan efisiensi, serta meningkatkan kemampuan analitik data.
- c. Rantai pasokan yang tangguh. Pandemi mengungkap kelemahan rantai pasokan global, menyebabkan gangguan rantai pasokan, kekurangan bahan baku, dan kenaikan harga. Ketika efek pandemi mulai mereda, bisnis berfokus untuk menciptakan rantai pasokan yang lebih tangguh. Platform digital dapat membantu menciptakan solusi gesit untuk menyelesaikan masalah jangka pendek seperti pengoptimalan pengiriman atau manajemen tenaga kerja.
- d. Peningkatan kualitas layanan pemasaran. Memberikan pelayanan kepada konsumen baiknya menerapkan SOP bagaimana pelayanan yang harus diberikan kepada calon konsumen dan konsumen yang telah loyal.
- e. Belajar teknologi bisnis. Teknologi dalam berbagai sendi kehidupan terus berkembang termasuk bisnis. Agar bisa bertahan dalam dunia bisnis yang begitu ketat, pengusaha UMKM juga harus meningkatkan kualitas diri dengan terlibat pelatihan, hingga mencari informasi bisnis global.
- f. Pemahaman media sosial. Meningkatnya pengguna internet sebagai imbas pandemi Covid-19 membuat media sosial menjadi lahan yang sangat menjanjikan untuk berjualan online. Kita harus mencoba berjualan di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, bahkan kini TikTok. Bahkan cobalah untuk bekerjasama dengan para influencer yang akan lebih meningkatkan brand awareness di pasar.
- g. Jualan di marketplace. Selain media sosial, platform lain yang wajib juga digunakan pelaku bisnis UMKM jika ingin menaikkan skala usaha adalah marketplace. Bahkan saat ini jumlah marketplace atau e-commerce di Indonesia terus meningkat mulai dari Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Blibli sampai Lazada yang membuktikan kalau gaya belanja online sudah menjadi hal biasa di kalangan masyarakat Tanah Air.

## PEMBAHASAN

Perubahan dinamis di lingkungan eksternal, yang secara signifikan mempengaruhi proses bisnis, memaksa pengusaha di semua bidang bisnis untuk memperbarui perangkat lunak mereka setiap tahun. Penilaian tentang alasan untuk mengadopsi teknologi digital didistribusikan dengan cara yang berbeda. UMKM perdagangan menunjukkan bahwa mereka terpaksa menerapkan teknologi digital karena penyebaran aktif mereka di lingkungan eksternal. Pengusaha jasa percaya bahwa faktor kunci dalam penggunaan teknologi digital adalah komitmen mereka untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Momen positif dalam proses digitalisasi UMKM Surabaya adalah kepercayaan sebagian besar pemilik/manajer bisnis terhadap prospek dan profitabilitas berinvestasi dalam pengembangan digital. Namun, digitalisasi bisnis yang cepat secara signifikan terhambat oleh tingkat efisiensi ekonomi domestik yang tidak mencukupi, itu sebabnya perusahaan tidak memiliki cukup dana untuk menerapkan teknologi digital, memperbarui perangkat keras dan lunak, melatih personel (hampir sepertiga perusahaan tidak melatih staf sama sekali untuk menggunakan alat digital), dll. Dampak negatif dari faktor ini sangat ditingkatkan dengan intensitas modal yang tinggi dari pengenalan teknologi digital.

Sektor perbankan tidak memiliki program kredit yang dapat diakses untuk usaha kecil dan menengah. Area investasi ini dianggap berisiko tinggi, sehingga suku bunga pinjaman yang ada semakin tinggi dan tidak dapat diterima oleh pengusaha domestik. Karena alasan inilah

sebagian besar staf memiliki keterampilan komputer di tingkat menengah dan praktis tidak dapat sepenuhnya menggunakan potensi teknologi digital. Hal ini bahkan dapat menyebabkan konsekuensi kritis, termasuk hilangnya daya saing perusahaan karena akses tidak sah oleh orang ketiga ke komersial, penyebaran informasi tentang rekanan tanpa persetujuan mereka, menyebabkan kerugian ekonomi dan reputasi perusahaan dan sebagainya. Seringkali, manajer menolak untuk menerapkan sistem perlindungan siber yang efektif, menjelaskan hal ini dengan biaya tinggi dan kurangnya kasus akses yang tidak sah. Namun, digitalisasi dan inovasi menjadi agenda utama pemerintah. Hal ini didorong oleh banyak dan beragamnya asosiasi dan kluster bisnis yang memainkan peran penting dalam kolaborasi dan integrasi UMKM, untuk mempromosikan digitalisasi. Oleh karena itu, bisnis Surabaya juga harus mencari bentuk kolaborasi dan kemitraan baru untuk mengumpulkan sumber daya internal dan eksternal untuk pengembangan digital.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penyajian dan analisis data disimpulkan sebagai berikut: (a) Kesiapan digitalisasi UMKM Untuk Membangun Ketahanan Bisnis Di Era Globalisasi Digital: UMKM ini tidak sepenuhnya siap untuk serta merta beralih ke digital. Smartphone atau PC/Laptop terkoneksi internet cukup banyak dimiliki pelaku UMKM dalam menjalankan usaha, namun tak semua menggunakannya untuk memasarkan produk secara digital; (b) Innovation UMKM Dalam Membangun Ketahanan Bisnis Di Era Globalisasi Digital diantaranya adalah: Beradaptasi dengan cara kerja yang baru, sistem digital dan teknologi terintegrasi, rantai pasokan yang tangguh, bangun relasi bisnis; tingkatkan kualitas layanan; belajar teknologi bisnis; pemahaman media sosial; jualan di marketplace. Membangun bisnis yang tangguh berarti berinvestasi pada teknologi yang tepat dan orang yang tepat. Banyak UMKM yang masih dalam tahap awal perjalanan transformasi digital mereka dan membutuhkan panduan dan solusi yang tepat untuk memungkinkan mereka membangun bisnis yang tangguh yang didukung oleh teknologi. Teknologi dapat membantu UMKM tidak hanya dengan kebutuhan perangkat keras mereka seperti laptop dan server, tetapi juga dengan solusi teknologi lain yang memastikan keamanan teknologi informasi menyeluruh, pemantauan, dan pengelolaan infrastruktur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cavallari, M., De Marco, M., Rossignoli, C., Casalino, N. (2015), Risiko, Perilaku Manusia, dan Teori dalam Studi Organisasi, Prosiding Konferensi Internasional Wuhan tentang E-Bisnis, WHICEB 2015, Wuhan, Tiongkok, AIS, Asosiasi Sistem Informasi, Perpustakaan Elektronik AIS (AISEL), hlm.283-297
- Pimoljinda, T., & Siriprasertchok, R. (2018). Pengembangan UKM dan integrasi ekonomi ASEAN: Analisis Singapura dan Malaysia. *Jurnal Pertanika Ilmu Sosial dan Humaniora*, 26(1), 507-518.
- Ibrahim, MA, & Shariff, MNM (2016). Peran mediasi akses terhadap keuangan pada hubungan antara atribut orientasi strategis dan kinerja UKM di Nigeria. *Jurnal Internasional Bisnis dan Masyarakat*, 17(3), 473-496 .
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Ekonomi berbagi. *Bisnis dan Teknik Sistem Informasi*, 58(1), 93-99.
- Sakudo, M. 2020. The New Normal: Digitalization of UMKM in Indonesia. <https://www.asiapacific.ca/publication/new-normal-digitalization-msmes-indonesia> . Akses 10 April 2021
- Nurhasnah. (2022). Efektivitas digitalisasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di masa

pandemi COVID-19 pada program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan (analisis etika bisnis Islam) (Tesis, Pascasarjana IAIN Parepare).

Simon, HA (1985), Teori formal hubungan kerja, perdagangan. dia. Causalití , razionalití , organisasi, Il Mulino.

Iramani, NA, Fauzi, AA, Wulandari, DA, & Lutfi, NA. (2018). Literasi keuangan dan peningkatan kinerja usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Jurnal Pendidikan Internasional