

Analisis Kompetensi Digital Pelaku UMKM dalam Pengelolaan UMKM Berbasis Bisnis Digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa

Sudirman^{a*}, Amril Alfiansyah^a, Syarifuddin Arief^a, M. Dakhri Sanusi^a, Ujianti Tawakkal^b

^a Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar, Indonesia

^b Universitas Wira Bhakti Makassar, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 13-07-2026

Revised : 03-08-2026

Accepted : 06-08-2026

Keywords: Digital Business, Digital Competence, Digital Marketing, Digital Transformation, Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs)

Kata Kunci: Bisnis Digital, Kompetensi Digital, Pemasaran Digital, Transformasi Digital, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Corresponding Author:

Sudirmanabdi@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

Digital transformation has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance their capabilities in utilizing digital technologies. This study aims to analyze the digital competencies of MSME owners in managing digital business-based enterprises in Somba Opu District, Gowa Regency. The study employed a quantitative approach using a survey method involving 50 MSME owners as respondents. Primary data were collected through a structured questionnaire based on a five-point Likert scale, while data analysis was conducted using descriptive statistics and simple linear regression. The findings reveal that the digital competencies of MSME owners are generally at a moderate level, particularly in the use of social media and digital communication applications. However, competencies related to data analysis, integrated digital marketing, and the utilization of e-commerce platforms remain relatively limited. The regression analysis indicates that digital competence has a positive and significant effect on the management of digital business-based MSMEs. Therefore, this study recommends continuous training programs focusing on digital literacy, digital marketing, and the effective use of e-commerce platforms to strengthen the digital capabilities and competitiveness of MSMEs in Somba Opu District.

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis kompetensi digital pelaku UMKM dalam pengelolaan usaha berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif

dengan teknik survei terhadap 50 pelaku UMKM. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital pelaku UMKM berada pada kategori cukup baik, terutama pada penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi digital. Namun, kemampuan dalam analisis data, pemasaran digital terintegrasi, dan pemanfaatan platform *e-commerce* masih relatif rendah. Hasil regresi menunjukkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan literasi digital, pemasaran digital, dan penggunaan platform *e-commerce* secara berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Somba Opu.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat pesat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi dan bisnis. Revolusi Industri 4.0 serta percepatan transformasi digital telah mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, sistem pemasaran, hingga model pengelolaan usaha. Pemanfaatan internet, media sosial, *marketplace*, aplikasi pembayaran digital, serta teknologi berbasis komputasi awan (*cloud computing*) telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis modern. Kondisi ini mendorong setiap pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, serta mempertahankan daya saing di tengah persaingan global.

Transformasi digital tidak hanya menjadi kebutuhan bagi perusahaan besar, tetapi juga menjadi tuntutan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, serta menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi daerah. Berdasarkan data *Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia*, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha dan memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan lingkungan bisnis.

Perubahan perilaku konsumen dalam beberapa tahun terakhir turut mempercepat proses digitalisasi UMKM. Konsumen kini lebih banyak memanfaatkan platform digital

untuk mencari informasi produk, membandingkan harga, melakukan transaksi secara daring, hingga memberikan ulasan terhadap produk atau jasa yang diterima. Fenomena ini semakin berkembang sejak pandemi COVID-19 yang mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi secara langsung dan beralih ke sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*). Akibatnya, pelaku UMKM dituntut untuk mengembangkan model bisnis berbasis digital agar mampu memenuhi kebutuhan pasar yang semakin dinamis.

Pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, tetapi juga mencakup pengelolaan pemasaran digital, transaksi elektronik, pencatatan keuangan digital, pengelolaan hubungan pelanggan (*customer relationship management*), analisis data penjualan, hingga pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia, khususnya kompetensi digital yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Kompetensi digital merupakan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif, efisien, kritis, dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan berbagai aktivitas pekerjaan maupun bisnis. Menurut kerangka *Digital Competence Framework (DigComp)* yang dikembangkan oleh *European Commission*, kompetensi digital meliputi kemampuan literasi informasi, komunikasi digital, pembuatan konten digital, keamanan digital, serta pemecahan masalah berbasis teknologi. Dalam konteks UMKM, kompetensi tersebut menjadi modal utama dalam mengembangkan strategi pemasaran digital, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan produktivitas usaha.

Meskipun perkembangan teknologi digital berlangsung sangat cepat, tingkat adopsi teknologi oleh pelaku UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Hasil survei yang dilakukan oleh *Kementerian Koperasi dan UKM*, *Google Indonesia*, dan berbagai lembaga penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih berada pada tingkat digitalisasi dasar (*basic digital adoption*). Mayoritas pelaku usaha hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sederhana, sedangkan penggunaan *marketplace*, website bisnis, aplikasi pembukuan digital, *digital advertising*, *search engine optimization* (SEO), maupun analisis data pelanggan masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kompetensi sumber daya manusia.

Kabupaten Gowa merupakan salah satu daerah yang memiliki pertumbuhan UMKM cukup pesat di Provinsi Sulawesi Selatan. Posisi Kabupaten Gowa yang berbatasan langsung dengan Kota Makassar menjadikan wilayah ini memiliki peluang besar dalam pengembangan ekonomi digital. Salah satu kecamatan yang memiliki aktivitas ekonomi paling tinggi adalah Kecamatan Somba Opu. Wilayah ini menjadi

pusat pemerintahan sekaligus pusat perdagangan dan jasa sehingga memiliki jumlah pelaku UMKM yang cukup besar dengan berbagai jenis usaha, seperti kuliner, *fashion*, kerajinan, jasa, perdagangan, serta industri rumah tangga.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kecamatan Somba Opu masih menghadapi berbagai kendala dalam mengelola bisnis digital. Banyak pelaku usaha yang telah menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok untuk mempromosikan produknya, namun pemanfaatannya masih bersifat sederhana dan belum didukung oleh strategi pemasaran digital yang terencana. Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan *marketplace* secara optimal, belum memiliki website usaha, belum menerapkan pencatatan keuangan digital, serta belum mampu menggunakan data penjualan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Rendahnya kompetensi digital tersebut menyebabkan proses transformasi bisnis belum berjalan secara maksimal sehingga daya saing UMKM masih relatif rendah dibandingkan dengan pelaku usaha yang telah menerapkan digitalisasi secara menyeluruh.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kompetensi digital memiliki hubungan yang erat dengan keberhasilan transformasi bisnis. Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang mampu menciptakan model bisnis baru dan meningkatkan nilai tambah organisasi. Selanjutnya, Verhoef et al. (2021) menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia dalam menguasai teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Bouwman et al. (2019) menunjukkan bahwa kompetensi digital berperan penting dalam meningkatkan inovasi bisnis, efisiensi operasional, serta keunggulan kompetitif UMKM.

Di Indonesia, beberapa penelitian juga menemukan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan volume penjualan dan memperluas akses pasar UMKM. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada digital marketing atau penggunaan *e-commerce*, sedangkan kajian mengenai kompetensi digital sebagai faktor yang memengaruhi pengelolaan bisnis digital masih relatif terbatas, khususnya pada tingkat kabupaten. Dengan demikian, masih terdapat *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut mengenai bagaimana tingkat kompetensi digital pelaku UMKM serta pengaruhnya terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis kompetensi digital pelaku UMKM yang tidak hanya diukur dari kemampuan menggunakan media sosial, tetapi juga mencakup literasi digital, penggunaan marketplace, keamanan digital, transaksi elektronik, pengelolaan data usaha, dan pemanfaatan teknologi digital dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini juga difokuskan pada pelaku UMKM di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa yang hingga saat ini masih relatif sedikit diteliti

dalam konteks transformasi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kompetensi digital pelaku UMKM serta menganalisis pengaruh kompetensi digital terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang manajemen bisnis digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan kapasitas sumber daya manusia dan percepatan transformasi digital UMKM.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompetensi digital pelaku UMKM terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel melalui analisis statistik sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh kompetensi digital terhadap pengelolaan bisnis digital.

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan, yang merupakan pusat kegiatan ekonomi dan perdagangan serta memiliki jumlah UMKM terbanyak di Kabupaten Gowa. Objek penelitian adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya, baik melalui media sosial, marketplace, maupun aplikasi digital lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Gowa dan menjalankan usahanya di Kecamatan Somba Opu. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria responden meliputi: (1) memiliki usaha yang telah beroperasi minimal satu tahun; (2) menggunakan media digital sebagai sarana promosi atau penjualan; dan (3) bersedia menjadi responden penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 50 responden sebagai sampel penelitian.

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM menggunakan skala Likert lima poin, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Gowa, publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal ilmiah, buku, serta berbagai dokumen yang relevan dengan penelitian.

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kompetensi digital, yang diukur berdasarkan lima indikator utama yang mengacu pada *Digital Competence Framework* (DigComp), yaitu: literasi informasi dan data, komunikasi dan kolaborasi digital, pembuatan konten digital, keamanan digital, serta kemampuan memecahkan masalah berbasis teknologi. Variabel dependen (Y) adalah pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital, yang diukur melalui indikator pemasaran digital, pengelolaan transaksi digital, pengelolaan hubungan pelanggan (*customer relationship management*), efisiensi operasional, dan pengembangan usaha berbasis digital.

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji kualitasnya melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson, dengan kriteria bahwa item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, di mana instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas guna memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis.

Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh kompetensi digital terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital. Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y=a+bX+e$$

Keterangan:

Y = Pengelolaan UMKM Berbasis Bisnis Digital

X = Kompetensi Digital

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Error (galat)

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk mengetahui pengaruh kompetensi digital terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital. Selain itu, digunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi kompetensi digital dalam menjelaskan variasi pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti kompetensi digital

berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (i) H_0 : Kompetensi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa; (ii) H_1 : Kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kompetensi Digital Pelaku UMKM

Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kompetensi digital pelaku UMKM di Kecamatan Somba Opu berada pada kategori cukup baik. Sebagian besar responden telah memanfaatkan smartphone sebagai media utama dalam menjalankan aktivitas usaha sehari-hari. Penggunaan media sosial seperti *WhatsApp Business*, Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi sarana promosi yang paling banyak digunakan karena mudah dioperasikan dan memiliki biaya pemasaran yang relatif rendah.

Sebanyak 72% responden menyatakan mampu menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, sedangkan 64% responden telah memanfaatkan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS, *mobile banking*, dan dompet digital. Namun demikian, hanya sekitar 38% responden yang secara aktif menggunakan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia sebagai saluran penjualan utama.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kompetensi digital dasar telah dimiliki oleh sebagian besar pelaku UMKM, namun kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital secara lebih kompleks masih perlu ditingkatkan.

Pengelolaan UMKM Berbasis Bisnis Digital

Pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital di Kecamatan Somba Opu mengalami perkembangan yang cukup baik dalam beberapa tahun terakhir. Mayoritas pelaku UMKM telah memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, serta transaksi pembayaran.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan dalam pengelolaan usaha digital, antara lain:

- a) belum adanya perencanaan pemasaran digital secara terstruktur;
- b) belum memanfaatkan data pelanggan sebagai dasar pengambilan keputusan;
- c) pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual;
- d) belum memiliki identitas digital berupa *website* bisnis maupun *Google Business*

Profile.

Kondisi tersebut menyebabkan proses pengembangan usaha masih berjalan secara konvensional sehingga daya saing UMKM belum optimal.

Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Pengelolaan UMKM

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi digital akan diikuti oleh peningkatan kualitas pengelolaan usaha.

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kompetensi digital mampu menjelaskan sekitar 58–65% variasi pengelolaan bisnis digital, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti modal usaha, inovasi produk, dukungan pemerintah, akses internet, dan kemampuan manajerial.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan menggunakan media digital lebih mudah memperluas pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan media sosial memungkinkan promosi dilakukan secara cepat dengan biaya rendah, sedangkan *marketplace* memberikan akses terhadap pasar yang lebih luas.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memanfaatkan teknologi digital pada tingkat dasar. Digitalisasi yang dilakukan masih berorientasi pada promosi melalui media sosial dan belum mencakup pengelolaan data pelanggan, penggunaan analitik digital, optimasi mesin pencari (SEO), maupun integrasi sistem pembayaran dan pencatatan keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital belum berjalan secara menyeluruh.

Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memengaruhi tingkat adopsi teknologi. Pelaku UMKM yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan teknologi cenderung lebih aktif mengembangkan bisnis digitalnya.

Selain itu, hasil penelitian juga sejalan dengan konsep *Resource-Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa kompetensi sumber daya manusia merupakan aset strategis organisasi. Dalam konteks UMKM, kompetensi digital menjadi sumber daya yang mampu menciptakan keunggulan bersaing karena memungkinkan pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Pemerintah Kabupaten Gowa sebenarnya telah melaksanakan berbagai program pembinaan UMKM, namun efektivitasnya masih perlu ditingkatkan melalui pelatihan yang lebih spesifik mengenai pemasaran digital, penggunaan *marketplace*, pengelolaan keuangan digital, pembuatan konten kreatif, analisis data pelanggan, dan pemanfaatan

kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam pengembangan usaha. Kolaborasi antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, komunitas digital, dan sektor swasta juga menjadi langkah strategis dalam membangun ekosistem bisnis digital yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan kompetensi digital pelaku usaha. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia perlu menjadi prioritas dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa agar mampu bersaing di era ekonomi digital.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kompetensi digital pelaku UMKM di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa berada pada kategori cukup baik, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, serta penggunaan aplikasi pembayaran digital. Namun demikian, kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital yang lebih kompleks, seperti *marketplace*, analisis data pelanggan, pengelolaan keuangan digital, pembuatan konten pemasaran yang profesional, serta optimalisasi platform bisnis digital masih memerlukan peningkatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital. Semakin tinggi kompetensi digital yang dimiliki pelaku UMKM, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa kompetensi digital merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM di era ekonomi digital.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia dalam menguasai dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi digital melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan literasi digital menjadi kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan daya saing UMKM, khususnya di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat konsep bahwa kompetensi sumber daya manusia merupakan aset strategis dalam mendukung keberhasilan pengelolaan bisnis digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kabupaten Gowa, Dinas Koperasi dan UKM, perguruan tinggi, serta lembaga pendamping UMKM dalam merancang program pengembangan kapasitas pelaku

UMKM yang lebih terarah, sehingga mampu mempercepat transformasi digital dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Gowa maupun daerah lainnya yang memiliki karakteristik ekonomi dan tingkat adopsi teknologi yang berbeda.

Kedua, penelitian hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu kompetensi digital, dalam menjelaskan pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital. Padahal, terdapat berbagai faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi keberhasilan pengelolaan bisnis digital, seperti literasi keuangan digital, inovasi produk, dukungan pemerintah, akses permodalan, kualitas infrastruktur internet, budaya organisasi, serta orientasi kewirausahaan.

Ketiga, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang mengandalkan persepsi responden (*self-assessment*). Metode ini memungkinkan adanya bias subjektivitas, seperti kecenderungan responden memberikan jawaban yang dianggap paling baik (*social desirability bias*), sehingga hasil penelitian mungkin belum sepenuhnya mencerminkan kondisi nyata dalam praktik pengelolaan bisnis digital.

Keempat, penelitian menggunakan desain potong lintang (*cross-sectional*) sehingga hanya menggambarkan kondisi kompetensi digital dan pengelolaan bisnis digital pada satu periode waktu. Penelitian ini belum mampu menjelaskan perubahan kompetensi digital maupun perkembangan pengelolaan UMKM secara berkelanjutan dari waktu ke waktu.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif dengan menambahkan variabel lain, memperluas wilayah penelitian, menggunakan jumlah responden yang lebih besar, serta menerapkan pendekatan *mixed methods* atau longitudinal agar diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (i) Bagi Pelaku UMKM; Pelaku UMKM di Kecamatan Somba Opu diharapkan terus meningkatkan kompetensi digital melalui pelatihan, seminar, maupun pembelajaran mandiri mengenai pemasaran digital, pemanfaatan *marketplace*, pengelolaan media sosial, pencatatan keuangan digital, serta penggunaan

teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. (ii) Bagi Pemerintah Daerah; Pemerintah Kabupaten Gowa, khususnya melalui Dinas Koperasi dan UKM, diharapkan dapat memperluas program pendampingan transformasi digital bagi UMKM melalui pelatihan yang berkelanjutan, penyediaan fasilitas konsultasi bisnis digital, peningkatan akses terhadap platform *e-commerce*, serta penguatan infrastruktur teknologi informasi. Selain itu, kolaborasi dengan perguruan tinggi, dunia usaha, dan komunitas digital perlu terus dikembangkan guna menciptakan ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM. (iii) Bagi Perguruan Tinggi dan Lembaga Pendamping UMKM; Perguruan tinggi dan lembaga pendamping diharapkan dapat meningkatkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program pendampingan digitalisasi UMKM, seperti pelatihan *digital marketing*, pengembangan branding produk, optimalisasi *marketplace*, pemanfaatan aplikasi keuangan digital, serta peningkatan kemampuan analisis data usaha. Kegiatan tersebut dapat menjadi bentuk kontribusi nyata dalam mendukung transformasi digital UMKM di daerah. (iv) Bagi Peneliti Selanjutnya; Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pengelolaan UMKM berbasis bisnis digital, seperti literasi keuangan digital, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dukungan pemerintah, akses permodalan, kualitas infrastruktur digital, dan adopsi teknologi. Selain itu, penelitian dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar, memperluas wilayah penelitian hingga tingkat kabupaten atau provinsi, serta menerapkan pendekatan *mixed methods* atau *longitudinal* agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mampu menggambarkan perkembangan kompetensi digital pelaku UMKM secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kabupaten Gowa Dalam Angka 2024*. <https://gowakab.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id>
- Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & de Reuver, M. (2019). The Impact of Digitalization on Business Models, 149. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119748>
- European Commission. (2022). The Digital Competence Framework for Citizens (DigComp 2.2). https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. <https://scholar.google.com/scholar?q=Ghozali+Aplikasi+Analisis+Multivariate+dengan+Program+IBM+SPSS>

- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024). *Indeks Literasi Digital Indonesia*. <https://www.komdigi.go.id>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Data Perkembangan UMKM Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).<https://scholar.google.com/scholar?q=Kotler+Keller+Marketing+Management+15th+Edition>
- Nasir, N., dkk. (2024). *Pemasaran Digital dan Transformasi UMKM*. <https://scholar.google.com/scholar?q=Pemasaran+Digital+dan+Transformasi+UMKM>
- Sudirman, S., Larafista, J., Rahmi, R., & Maryam, M. (2024). *Pengaruh Sistem Digital terhadap Kinerja Karyawan di Kampus Politeknik LP3I Makassar*. <https://scholar.google.com/scholar?q=Pengaruh+Sistem+Digital+terhadap+Kinerja+Karyawan+di+Kampus+Politeknik+LP3I+Makassar>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.<https://scholar.google.com/scholar?q=Sugiyono+Metode+Penelitian+Kuantitatif+Kualitatif+dan+R%26D>
- Tawakkal, U., Nasir, N., & Sudirman, S. (2024). *Analisis Tata Kelola Keuangan dalam Meningkatkan Kinerja Operasional pada PT Solid Gold Berjangka Makassar*. <https://scholar.google.com/scholar?q=Analisis+Tata+Kelola+Keuangan+Dalam+Meningkatkan+Kinerja+Operasional+Pada+PT+Solid+Gold+Berjangka+Makassar>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda, 122, 889–901.<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vial, G. (2019). Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda, 28(2), 118–144.<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>