

Pengaruh Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Industri Kreatif Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar

Kristiani¹, Amraeni², Ririn Mardhani³

¹²³Universitas Patompo

Email : Kristiani300120@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemanfaatan teknologi digital terhadap daya saing UMKM sektor kreatif yang berada di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 50 pelaku UMKM. Penentuan responden dilakukan dengan Teknik sampling jenuh. Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis deskriptif dan uji t. berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi digital melalui media social, marketplace, marketplace, sistem pembayaran digital, dan platform komunikasi. Pemanfaatan tersebut meningkatkan kemampuan pemasaran, jumlah pelanggan, dan daya saing usaha. Hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin optimal pemanfaatan teknologi digital, maka akan semakin meningkat pula daya saing UMKM industri kreatif di Kecamatan Rappocini.

Kata kunci: Teknologi, Digital, Daya, Saing, UMKM, Industri, Kreatif

Pendahuluan

Perekonomian suatu negara tidak terlepas dari adanya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai salah satu penggerak aktivitas ekonomi masyarakat. UMKM memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi karena bisa menciptakan pekerjaan, meningkatkan penghasilan warga, serta membantu meratakan kegiatan ekonomi di berbagai daerah. Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian negara. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, jumlah usaha UMKM di Indonesia pada tahun 2023 mencapai sekitar 66 juta unit. UMKM ini berkontribusi sekitar 61 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 117 juta tenaga kerja. Hal itu menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah memainkan peran penting sebagai salah satu fondasi utama dalam pembangunan ekonomi nasional (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2023).

Meskipun memiliki peran yang penting, usaha kecil menengah tetap menghadapi berbagai kesulitan dalam menjaga kelangsungan usahanya. Perubahan di lingkungan bisnis yang semakin pesat, munculnya persaingan pasar yang lebih ketat, dan perubahan cara konsumen berbelanja karena kemajuan teknologi memaksa UMKM untuk terus berinovasi dan bisa beradaptasi dengan situasi yang terus berubah. Usaha mikro kecil menengah tidak hanya diharuskan membuat produk yang bagus, tetapi juga harus bisa melakukan pemasaran, mengelola bisnis, dan memanfaatkan teknologi agar bisa menjadi lebih kompetitif. Menurut OECD, perubahan digital merupakan salah satu faktor penting yang bisa membantu usaha kecil meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta kemampuan bersaing di tengah lingkungan ekonomi yang semakin digital (OECD, 2021).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara berjalannya aktivitas ekonomi, termasuk dalam cara beroperasi dan melakukan pemasaran usaha mikro, kecil, dan menengah. Teknologi digital seperti media sosial, marketplace, aplikasi pembayaran digital, serta berbagai platform bisnis online memberi kesempatan bagi UMKM untuk memperluas pasar dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Digitalisasi membantu para pelaku usaha dalam berpromosi dengan biaya yang lebih murah, mendapatkan informasi pasar lebih cepat, dan meningkatkan efisiensi dalam berjalannya proses bisnis. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, menggunakan teknologi digital adalah cara penting untuk membantu UMKM berkembang lebih cepat dan bisa beradaptasi dengan dunia ekonomi digital (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

Namun, penggunaan teknologi digital oleh UMKM di Indonesia masih belum maksimal. Beberapa pengusaha UMKM masih mengalami kendala dalam kemampuan membaca dan memahami informasi digital, pemahaman tentang cara melakukan pemasaran online, keterampilan dalam menggunakan platform digital,

serta ketidakcukupan tenaga kerja. Kondisi tersebut membuat beberapa usaha UMKM masih kesulitan memanfaatkan teknologi digital dengan baik, sehingga kurang bisa menggunakan teknologi itu sebagai cara meningkatkan daya saing bisnis mereka. Penelitian oleh Rahayu dan tim pada tahun 2022 menunjukkan bahwa kesiapan sumber daya manusia serta kemampuan organisasi merupakan faktor utama yang memengaruhi keberhasilan dalam mengadopsi transformasi digital di kalangan usaha mikro dan kecil menengah.

Salah satu sektor usaha kecil menengah yang memiliki banyak peluang untuk menggunakan teknologi digital adalah industri kreatif. Industri kreatif adalah sektor ekonomi yang memanfaatkan kreativitas, inovasi, pengetahuan, serta kemampuan dalam menciptakan produk yang memiliki nilai lebih. Industri kreatif yang berhubungan dengan promosi, branding, dan berinteraksi dengan pembeli memandang teknologi digital sebagai alat penting dalam membangun usaha. Dengan menggunakan teknologi digital, pelaku industri kreatif bisa memperkenalkan produk ke lebih banyak orang, memperkuat nama merek, serta mencapai konsumen di daerah yang sebelumnya belum terjangkau (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Makassar, yang merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di daerah Indonesia Timur, menunjukkan kemungkinan besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi setempat. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Makassar tahun 2024, Kecamatan Rappocini tercatat sebagai area dengan jumlah usaha UMKM yang sangat menjanjikan, yaitu sebanyak 3.012 unit usaha UMKM, yang terdiri dari 2.787 usaha mikro, 63 usaha kecil, dan 162 usaha menengah. Data resmi dari pemerintah daerah tersebut menunjukkan bahwa ekonomi rakyat di Kecamatan Rappocini masih didominasi sepenuhnya oleh usaha mikro, yang mencapai lebih dari 92 persen. Kondisi ini menunjukkan betapa pentingnya bantuan yang diberikan untuk meningkatkan produktivitas, kemampuan usaha, dan kemampuan untuk bersaing, agar kelompok usaha mikro bisa berkembang secara berkelanjutan.

Tingginya konsentrasi pelaku usaha di Kecamatan Rappocini tidak terlepas dari karakteristik sosio geografis wilayahnya. Berdasarkan publikasi Kecamatan Rappocini Dalam Angka yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Makassar, wilayah ini berkembang pesat sebagai kawasan perdagangan dan jasa urban yang strategis. Perkembangan ini didukung kuat oleh tingginya jumlah kepadatan penduduk, posisi wilayah sebagai pusat aglomerasi aktivitas ekonomi perkotaan, serta keberadaannya sebagai hub pendidikan tinggi yang dikelilingi oleh berbagai kampus besar. Kondisi lingkungan yang sangat dinamis tersebut mendorong tumbuh suburnya berbagai jenis UMKM lokal, khususnya pada sektor kuliner, fesyen, kriya, perdagangan, dan jasa kreatif yang menjadi bagian integral dari ekosistem industri kreatif. Dinamika

pasar urban yang sangat kompetitif dan bercorak *highly-demanding* di wilayah ini menuntut fleksibilitas serta adaptabilitas teknologi yang tinggi dari para pelaku UMKM kreatif lokal agar mampu bertahan di tengah modernisasi pasar.

Meskipun data makro dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar mencatat populasi usaha yang besar di wilayah tersebut, sebuah penjajakan awal berupa observasi dan pra-penelitian dilakukan secara spesifik terhadap 50 pelaku UMKM industri kreatif yang aktif di Kecamatan Rappocini untuk memotret realitas lapangan secara empiris. Karakteristik utama dari 50 pelaku usaha yang menjadi sampel pra-penelitian ini mayoritas bergerak pada subsektor kuliner mandiri sebesar 60 persen (30 unit usaha), disusul oleh industri fashion rumahan sebesar 25 persen (12 unit usaha), dan usaha kerajinan atau kriya tangan sebesar 15 persen (8 unit usaha). Komunitas UMKM kreatif ini berada pada klaster usaha mikro dan kecil yang berhadapan langsung dengan target pasar masyarakat urban, pekerja kantoran, serta segmentasi mahasiswa yang pergerakan pasarnya sangat fluktuatif.

Pengamatan mendalam terhadap tingkat adopsi digital pada 50 UMKM industri kreatif di Kecamatan Rappocini ini menyingkap adanya fenomena ketimpangan pemanfaatan teknologi yang cukup serius (*digital asymmetry*). Dari aspek kuantitas pemasaran dasar (*front-end*), tingkat adopsi media sosial memang tergolong tinggi, di mana sekitar 80 persen (40 unit usaha) pelaku usaha telah memiliki akun Instagram, TikTok, atau WhatsApp Business untuk memajang foto produk mereka. Namun, pemanfaatan teknologi tersebut faktanya baru sebatas media komunikasi pasif dan belum bertransformasi menjadi strategi pemasaran digital (*digital marketing*) yang terukur seperti optimalisasi iklan berbayar (*paid ads*). Sebaliknya, pada aspek transaksi digital dan operasional internal (*back-end*), tingkat adopsinya merosot tajam di bawah 30 persen (15 unit usaha). Mayoritas pelaku usaha belum mengintegrasikan gerai mereka ke platform *marketplace* nasional atau e-commerce besar, penggunaan sistem pembayaran nontunai (QRIS) sering kali hanya dijadikan opsi sekunder yang jarang ditawarkan, dan adopsi aplikasi operasional digital seperti sistem kasir otomatis (*Point of Sales*) serta aplikasi pembukuan keuangan digital hampir seluruhnya belum diterapkan karena pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual di buku kas fisik.

Kendala utama terhambatnya optimalisasi digitalisasi yang komprehensif pada pelaku UMKM kreatif di Kecamatan Rappocini ini berakar pada tiga faktor krusial. Pertama, keterbatasan kapasitas literasi digital substantif di mana pelaku usaha tahu cara menggunakan aplikasi gawai untuk aktivitas sosial namun gagap dalam mengonversi fitur teknologi tersebut menjadi keputusan bisnis strategis, seperti membaca data analitik kunjungan konsumen. Kedua, keterbatasan modal kerja teknis yang membuat pelaku usaha enggan mengalokasikan anggaran khusus untuk investasi teknologi, seperti berlangganan aplikasi manajemen operasional berbayar. Ketiga, rendahnya manajemen sumber daya manusia di mana operasional bisnis

masih dikelola secara kekeluargaan tunggal (*solo-preneur* atau *family-run*), sehingga pemilik usaha kehabisan waktu pada urusan produksi harian dan tidak memiliki ruang untuk mempelajari ekosistem digitalisasi yang dinamis. Akibat dari kendala-kendala ini, investasi adopsi digital yang dilakukan secara minimalis dan timpang tersebut belum mampu memberikan dampak nyata dalam mendorong keunggulan kompetitif mereka di pasar.

Dalam menghadapi persaingan bisnis modern yang semakin ketat, daya saing menjadi determinan utama yang menentukan hidup atau matinya sebuah UMKM. Daya saing merefleksikan kapabilitas struktural suatu usaha dalam mempertahankan pangsa pasar, menekan efisiensi biaya, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan inovasi produk secara kontinu. Berdasarkan kerangka kerja *Resource-Based View* (RBV) yang dipelopori oleh Barney (1991), keunggulan kompetitif yang berkelanjutan tidak lahir dari sumber daya luar yang dibeli secara instan, melainkan dari kemampuan organisasi dalam meramu aset internal menjadi sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan terorganisasi (*organized*). Dalam konteks ini, adopsi teknologi digital tidak boleh dipandang secara sempit sebagai alat operasional belaka, melainkan harus diuji sebagai sebuah kapabilitas digital dinamis yang mampu mengubah konfigurasi aset internal organisasi UMKM menjadi keunggulan daya saing yang defensif.

Meskipun hubungan antara teknologi dan kinerja usaha telah banyak dikaji, terdapat *knowledge gap* (kesenjangan ilmiah) yang mendalam pada literatur manajemen strategis terdahulu. Penelitian empiris seperti yang dilakukan oleh Priyono et al. (2021) dan Nambisan et al. (2022) umumnya terjebak pada asumsi linier yang menyederhanakan bahwa adopsi teknologi otomatis segaris dengan lonjakan pendapatan atau perluasan akses pasar. Terdapat simplifikasi konseptual yang mengabaikan realitas asimetris di lapangan: bagaimana jika teknologi yang diadopsi pelaku usaha bersifat timpang (aktif di media sosial namun lumpuh di operasional digital) Literatur terdahulu masih sangat terbatas dalam menjelaskan mekanisme internal bagaimana tingkat adopsi digital yang asimetris dan minimalis mampu atau justru gagal mengonfigurasi ulang aset internal organisasi (RBV) untuk melahirkan daya saing riil. Terlebih pada sektor industri kreatif yang secara teoritis dicap sebagai sektor paling inovatif, namun secara empiris kerap menunjukkan resistensi terhadap integrasi teknologi operasional yang mendalam. Kesenjangan teoretis-empiris inilah yang menuntut dilakukannya pengujian struktural yang komprehensif pada lokus tingkat kecamatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat serta menguji dampak teknologi digital terhadap

daya saing usaha mikro kecil menengah sektor kreatif di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar secara jelas dan dapat diukur. Metode yang digunakan adalah metode survei, dengan mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang sudah terstruktur dan dibagikan kepada pelaku UMKM di bidang industri kreatif. Data yang telah didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah semua objek atau subyek yang memiliki ciri tertentu dan menjadi target dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini mencakup semua usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berada di sektor industri kreatif di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar yang didukung oleh hasil penelitian, terdapat sebanyak 50 unit usaha UMKM industri kreatif yang menjadi fokus penelitian ini.

Sampel adalah bagian dari kelompok yang diteliti yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh atau disebut juga total sampling, yaitu metode pemilihan sampel dengan mengambil seluruh anggota dari populasi sebagai sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2023). Oleh karena itu, seluruh 50 usaha UMKM di sektor kreatif dijadikan sebagai subjek penelitian, dan setiap UMKM mewakili responden adalah pemilik atau pengelola usaha tersebut.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan teknologi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM sektor industri kreatif di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Buktinya terlihat dari nilai koefisien regresi 0,652 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin optimal pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM, maka daya saing usahanya juga akan semakin meningkat. Dengan begitu, hipotesis yang diajukan bahwa teknologi digital berpengaruh terhadap daya saing UMKM dapat diterima.

Selain mengkonfirmasi adanya pengaruh yang signifikan, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,440 menunjukkan bahwa variabel teknologi digital dapat menjelaskan sebesar 44% dari variasi daya saing UMKM industri kreatif di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Artinya, teknologi digital memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan daya saing UMKM. Adapun 56% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Beberapa faktor tersebut antara lain kualitas SDM, kemampuan berinovasi produk,

pengalaman dalam berwirausaha, kualitas layanan, akses modal, jejaring bisnis, literasi digital, kondisi persaingan pasar, serta dukungan dari pemerintah melalui program pembinaan dan pendampingan bagi UMKM. Dengan demikian, untuk meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan tidak hanya cukup dengan memanfaatkan teknologi digital saja, namun juga perlu adanya penguatan terhadap faktor-faktor pendukung lainnya.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa teknologi digital sudah menjadi salah satu elemen kunci dalam memperkuat daya saing UMKM saat menghadapi persaingan. Khususnya bagi pelaku UMKM industri kreatif di Kecamatan Rappocini, peran teknologi digital saat ini tidak terbatas sebagai sarana komunikasi saja. Teknologi digital telah bergeser menjadi strategi usaha untuk memperluas jangkauan pasar, mengefisienkan operasional, serta meningkatkan mutu pelayanan kepada pelanggan. Kondisi ini membuktikan bahwa transformasi digital telah mengubah pola pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas pelaku UMKM sudah memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi, menggunakan WhatsApp Business dalam melayani konsumen, menerapkan sistem pembayaran digital berbasis QRIS, serta mulai menjual produk melalui marketplace. Penggunaan beragam platform digital tersebut membuat pelaku usaha lebih mudah memperkenalkan produk, menjangkau pasar yang lebih luas, mempercepat proses transaksi, dan memperbaiki efektivitas komunikasi dengan konsumen. Berbagai kemudahan ini membuka peluang bagi UMKM untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama, sehingga daya saing usaha dapat terdongkrak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Resource-Based View (RBV) yang dipaparkan dalam literatur manajemen strategi kontemporer (Barney dkk., 2021). Teori tersebut menyebutkan bahwa keunggulan bersaing diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang bernilai, sulit ditiru, dan dapat memberikan manfaat jangka panjang. Pada konteks penelitian ini, teknologi digital diposisikan sebagai sumber daya strategis bagi UMKM. Pelaku usaha yang mampu mengoptimalkan media sosial, e-commerce, pembayaran digital, dan aplikasi pendukung bisnis akan lebih mudah menciptakan nilai tambah dibanding kompetitor yang masih mengandalkan cara konvensional. Dengan begitu, kemampuan mengadopsi teknologi digital menjadi penentu keunggulan UMKM dalam berkompetisi.

Temuan ini juga mendukung Technology Acceptance Model (TAM) dari Davis (2020). Menurut model tersebut, individu akan menerima dan menggunakan teknologi apabila menganggap teknologi itu bermanfaat dan mudah dioperasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Rappocini menggunakan teknologi digital karena dirasakan memberikan manfaat nyata, seperti memudahkan promosi, mempercepat komunikasi dengan pelanggan, melancarkan transaksi digital, serta memperluas area pemasaran. Adanya persepsi manfaat inilah

yang mendorong UMKM untuk menjadikan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha guna meningkatkan daya saing.

Selain itu, penelitian ini juga menguatkan Technology Organization Environment (TOE) Framework yang dikemukakan oleh Baker (2019) dan Aboelmaged (2021). TOE menjelaskan bahwa keberhasilan adopsi teknologi dipengaruhi oleh tiga aspek, yaitu kesiapan teknologi, kesiapan organisasi, dan lingkungan eksternal. Pada UMKM di Kecamatan Rappocini, kemajuan teknologi informasi, meningkatnya pengguna internet di masyarakat, serta ketatnya persaingan usaha menjadi pendorong bagi pelaku UMKM untuk melakukan transformasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan teknologi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologinya, tetapi juga pada kesiapan pelaku usaha dan dukungan lingkungan bisnis.

Hasil penelitian ini turut konsisten dengan studi dari Imran Tajuddin, Amir Mahmud, dan Muhammad H. Syahnur (2023) yang menyatakan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM. Temuan ini juga selaras dengan penelitian Andi Tenri Ampa (2023) yang menemukan pengaruh positif penggunaan teknologi digital terhadap daya saing UMKM di Kota Makassar. Lebih lanjut, riset dari Muhammad Difky Al Qadri, Syarifuddin, dan Ismail Rasulong (2025) membuktikan bahwa digital marketing, e-commerce, dan pembayaran digital dapat meningkatkan kinerja usaha dan berimbas pada peningkatan daya saing. Persamaan hasil dari berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi faktor penting dalam memperkuat kemampuan UMKM menghadapi persaingan.

Kondisi nyata di lapangan Kecamatan Rappocini juga mendukung temuan ini. Sebagian besar UMKM sudah memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan WhatsApp Business sebagai alat komunikasi dengan pelanggan. Beberapa pelaku usaha bahkan sudah menggunakan marketplace dan sistem pembayaran digital melalui QRIS. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi digital belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari masih minimnya pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi pembukuan digital, analisis data konsumen, serta strategi pemasaran digital secara terpadu. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masih ada peluang besar untuk meningkatkan kompetensi digital UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan dukungan dari berbagai stakeholder.

Secara teoritis, hasil penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu, khususnya pada bidang teknologi digital dan daya saing UMKM. Temuan ini memperkuat RBV yang menempatkan teknologi digital sebagai sumber daya strategis untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Penelitian ini juga mendukung TAM yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan mendorong adopsi teknologi digital oleh UMKM. Selain itu, hasil ini memperkuat TOE Framework yang menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital dipengaruhi

oleh kesiapan teknologi, organisasi, dan lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pemanfaatan teknologi digital adalah faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM industri kreatif.

Dari sisi praktis, penelitian ini mengimplikasikan bahwa untuk meningkatkan daya saing UMKM diperlukan sinergi antara pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan kapasitas pelaku usaha. Pemerintah daerah disarankan memperluas program pelatihan literasi digital, pendampingan digital marketing, optimalisasi marketplace, penggunaan aplikasi pembukuan digital, serta memfasilitasi akses permodalan bagi UMKM. Sementara itu, pelaku UMKM perlu terus mengasah kemampuan dalam menggunakan teknologi digital, menciptakan inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas jaringan pemasaran agar daya saing dapat ditingkatkan secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dan instansi terkait dalam menyusun kebijakan pengembangan UMKM berbasis transformasi digital di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar.

Secara umum, penelitian ini menyimpulkan bahwa teknologi digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM industri kreatif di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Namun, teknologi digital bukanlah satu-satunya faktor penentu keberhasilan. Peningkatan daya saing juga dipengaruhi oleh kualitas SDM, inovasi, akses modal, jaringan usaha, dan dukungan pemerintah. Oleh sebab itu, transformasi digital harus diimbangi dengan penguatan faktor-faktor pendukung lainnya agar UMKM dapat tumbuh berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih kuat di era ekonomi digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa teknologi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kecamatan Rappocini. Kesimpulan ini didukung oleh hasil uji t, di mana nilai t.hitung 6,142 lebih besar dari t.tabel 2,11 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

Daftar Pustaka

- Aditia, O., & Ridzki, M. M. (2025). The Role of Digital Innovation in Increasing the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Digital Marketing and Economic Analysis*, 1(2), 56-63.
- Afifah. (2020). Digitalisasi UMKM.
- Aminah, F., & Meldilianus, N. J. L. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital: Studi Kasus pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora Makassar*.

- Ampa, A. T. (2023). The Role of Using Digital Technology in the Competitiveness of MSMEs in Makassar.
- Anggraini, D., et al. (2024). Transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 132-142.
- Anggraini, N. S., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi, Pengendalian Internal Dan Kompetensi Pengguna Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 28-39.
- Annassa'i, F. (2021). Pengaruh Diklat Virtual Berbasis Pembangunan Karakter Terhadap Peningkatan Soft Skill calon Pegawai Negeri Sipil Kementrian Perhubungan Di Balai Diklat Pembangunan Karakter Sdm Transportasi [Ph.D. Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia].
- Annisah, H. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-commerce pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah [Dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan].
- Arifin, A., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi Teknologi Guna Meningkatkan Produktivitas Dan Daya Saing Umkm Dalam Rangka Ketahanan Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 145-158.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arsyad, L. (2022). *Ekonomi Pembangunan*.
- Asbihani, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Dosen Studi Kasus Di Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri Stain Jurai Siwo Metro. Universitas Lampung.
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). Peran Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Strategi Pemasaran Dan Distribusi Umkm Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*.
- Astuti, W. A., & Wulandari, S. P. (2023). Dampak Digital Teknologi Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm. *Indonesian Community Service And Empowerment Journal (Icomse)*, 4(2), 383-390.
- Aulia, N. A. (2020). Kajian Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng [Ph.D. Thesis, Universitas Negeri Makassar].
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2022). Kecamatan Rappocini Dalam Angka 2022. BPS Kota Makassar.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2024). Kota Makassar dalam angka 2024. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah Indonesia 2024. Badan Pusat Statistik.

- Bank Indonesia. (2023). Laporan ekonomi dan keuangan digital Indonesia 2023. Bank Indonesia.
- Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. (2021). Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage through digital era. *Strategic Management Journal*.
- Burhanuddin, F. (2022). Pengaruh Literasi Digital Entrepreneurship dan Platform Digital terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM melalui Inovasi Produk pada UMKM Kuliner di Kota Makassar.
- Deha, D. (2024). Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Efisiensi Administrasi Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Lemondial Business School*, 10(2).
- David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (17th ed.). Pearson, New York.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. (2023). Data UMKM Kecamatan Rappocini
- Fadli, M. F., & Laksamana, R. (2025). Strategi Transformasi Digital UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Ekonomi Berbasis Inovasi: Studi Pada UMKM Di Kalimantan Barat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(02), 382-394.
- Febriani, F., & Nasution, E. Y. (2025). Analisis Adopsi Teknologi, Akses Pasar Digital, dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital.
- Haq, A. D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Bantul [Dissertation, FE UMY].
- Haq, M. R. (2016). Efektivitas Pemanfaatan Teknologi dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas V di Madrasah Ibtidaiyah Al-Irsyad Kota Madiun [Ph.D. Thesis, Universitas Muhammadiyah Surabaya].
- Hartono. (2018). Digitalisasi UMKM.
- Hidayah, T., Zahdan, Z., & Damayanti, I. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital. *Journal of Economics Development Research*.
- Hidayat, et al. (2022). Tingkat penggunaan teknologi digital pada UMKM.
- Jannah, M., Abriella, C. G., Haq, T., & Zora, F. (2025). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pengembangan UMKM. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(4), 5575-5581.
- Jou, Y. T., Shiang, W. J., Silitonga, R. M., Adilah, M., & Halim, A. Z. A. (2023). Assessing Factors That Influence Womenpreneurs' Intention to Use Technology: A Structural Equation Modeling Approach. *Behavioral Sciences*, 13(2).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). Transformasi digital UMKM Indonesia. Kominfo RI.

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2023. KemenKop UKM RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Perkembangan digitalisasi UMKM sebagai strategi peningkatan daya saing usaha.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Data perkembangan UMKM Indonesia tahun 2023.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). Ekonomi kreatif Indonesia.
- Krisna, A. E. (2024). Transformasi Umkm Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66-81.
- Ladian, S. T., & Fauzi, A. (2025). Dampak kapabilitas digital terhadap kinerja UMKM dengan peran mediasi transformasi bisnis digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(4), 5787-5803.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Sistem Informasi Manajemen*.
- Ma'in, D. K. E. (2015). Strategi Bmt Ugt Sidogiri Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Loyalitas Mitra (Perspektif Keunggulan Bersaing Michael E. Porter) [Ph.D. Thesis, Iain Kediri].
- Maurina, A. C., & Rusdianto, R. Y. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Terhadap Perdagangan Internasional. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 70-76.
- Nambisan, et al. (2022). *Teknologi dan Kinerja UMKM*.
- Nuraida, W., Sulistyani, et al. (2025). *Buku Referensi Membangun Umkm Berdaya Saing: Inovasi, Kreativitas, Dan Teknologi*
- Nurjannah, N., & Subur, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(5), 163-173.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). *Transformasi Digital UMKM*.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2022). *SME and entrepreneurship outlook 2022*. OECD Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2023). *Digitalisasi UMKM*.
- Pakpahan, S. R., & Nikmah. (2024). Kesiapan Kerja Mahasiswa Akuntansi Di Era Disrupsi Teknologi Digital: Peran Keahlian Akuntansi, Literasi Digital, Literasi Manusia, Dan Adaptabilitas Karir. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3796-3811.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018–2025.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.
- Prakasa, C. B. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2013). *Aplikasi Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Niat Menggunakan Personal Computer (Pc) Tablet [Ph.D. Thesis, Udayana University]*.
- Priyono, et al. (2021). *Adopsi teknologi dan kinerja usaha*.
- Putra, D. S. (2021). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Daya Saing Dimediasi Oleh Strategi Pemasaran Home Industry Di Turen Kab. Malang [Ph.D. Thesis, Stie Malangkececwara]*.
- Putra, G. S. A., & Maulana, N. (2018). *Strategi Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Indonesia: Studi Kasus Pengembangan Klaster Industri Alas Kaki Kecamatan Tamansari, Bogor. Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Putra, Ramadhani, & Nugroho. (2023). *Penggunaan media sosial dan kinerja UMKM*.
- Purinda, A. D., & Rahayu, F. (2025). *Digital Technology-Based Business Innovation Strategies to Increase the Competitiveness of SMEs in Indonesia. Artikel Manajemen dan Bisnis, 1(3), 17-25*.
- PwC Indonesia. (2023). *Tantangan transformasi bisnis UMKM*.
- Qadri, M. D. A., Syarifuddin, & Rasulong, I. (2025). *The Role of Digitalization in Enhancing the Business Performance of MSMEs in Makassar City*.
- Rahayu, et al. (2022). *Kesiapan sumber daya manusia dalam transformasi digital UMKM*.
- Risnayanti. (2019). *Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Administrasi Di Sma Negeri 5 Barru [Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]*.
- santosa, O. (2024). *Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah. Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains, 1(1), 22-28*.
- Setiawan, D. (2024). *Model Adopsi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Usaha Mikro Kecil Di Provinsi Jambi [Dissertation, Universitas Jambi]*.
- Sholihin, U. (2024). *Meningkatkan daya saing pasar UMKM melalui transformasi digital. Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 3(2), 100-114*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian*. Alfabeta.

- Sukardin, M. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Inovasi Dengan Orientasi Teknologi Sebagai Variabel Moderasi Pada Umkm Di Kota Bandung [Dissertation, Universitas Telkom Bandung].
- Syah, F., et al. (2021). Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Sektor Pariwisata Kota Parepare [Ph.D. Thesis, Universitas Hasanuddin].
- Tajuddin, I., Mahmud, A., & Syahnur, M. H. (2023). Determinants of Strategic Factors for Digital Transformation in Micro and Small Enterprises in Makassar City.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2021). Economic Development.
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). The Processes of Technological Innovation. Lexington Books.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2019). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 20(3), 328–353
- Wati, Fadilah, & Hamzah. (2024). Kontribusi UMKM terhadap PDB dan Tenaga Kerja.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Zahra. (2021). Pemasaran online pada UMKM